

RAPORTEJA 118

# TYÖTÄ JA HYVINVOINTIA!

## LÄHIRUOAN KÄYTÖN ALUETALOUDELLISET VAIKUTUKSET SUOMEN MAAKUNNISSA

LEENA VIITAHARJU, SUSANNA MÄÄTTÄ, OUTI HAKALA JA HANNU TÖRMÄ





# **TYÖTÄ JA HYVINVOINTIA! LÄHIRUOAN KÄYTÖN ALUETALOUDELLISET VAIKUTUKSET SUOMEN MAAKUNNISSA**

**LEENA VIITAHARJU, SUSANNA MÄÄTTÄ, OUTI HAKALA JA  
HANNU TÖRMÄ**

Julkaisija      Helsingin yliopisto  
Ruralia-instituutti  
[www.helsinki.fi/ruralia](http://www.helsinki.fi/ruralia)

Kampusranta 9 C  
60320 SEINÄJOKI

Lönnrotinkatu 7  
50100 MIKKELI

Sarja            Raportteja 118

Kannen kuva   Sami Tantarimäki

ISBN            978-952-10-8491-1  
978-952-10-8492-8 (pdf)

ISSN            1796-0622  
1796-0630 (pdf)



## ESIPUHE

---

Lähiruoka pääsi ensimmäisen kerran hallitusohjelmaan nykyisellä hallituskaudella. Toukokuussa 2013 valtioneuvosto hyväksyi periaatepäätöksellä maa- ja metsätalousministeriössä yhdessä sidosryhmien kanssa valmistellun lähiruokaohjelman. Lähiruokaohjelmassa lähiruokaalla tarkoitetaan erityisesti paikallisruokaa, joka edistää oman alueen paikallistaloutta, työllisyyttä ja ruokakulttuuria, joka on tuotettu ja jalostettu oman alueen raaka-aineista ja joka markkinoidaan ja kulutetaan omalla alueella. Omalla alueella tarkoitetaan maakuntaa tai sitä vastaavaa tai pienempää aluetta.

*Lähiruoan taloudelliset vaikutukset ja käytön edistäminen julkisissa ammatikeittioissa* -hankkeessa on keskitytty lähiruoan käytön merkitykseen alueiden työllisyydelle ja taloudelle. Raportissa annetaan arvio lähiruoan käytön nykyisistä ja myös tulevista vaikutuksista Suomen maakunnille. Raportin tarkoituksena on antaa tukea päätöksenteon pohjaksi sellaisille henkilöille, jotka ovat päättämässä elintarvikehankinnoista julkisella puolella. Toivottavasti elintarvikehankintoja tekevät, julkisissa keittioissa työskentelevät sekä poliittisia päätöksiä kunnissa tekevät henkilöt tutustuvat tähän selvitykseen. Julkinen sektori käyttää vuosittain noin 440 miljoonaa euroa elintarvikehankintoihin: ei ole yhdentekevää, miten nämä rahat käytetään.

Kiitokset hankkeen resurssoisimisesta menevät selvityksen rahoittaneelle maa- ja metsätalousministeriön lähiruokaohjelmalle ja erityisesti ohjelman koordinaattori Kirsi Viljaselle hyvästä yhteistyöstä. Yhteistyökiitokset menevät myös EkoCentrialle ja Kuntaliitolle, joiden kanssa hankintarengaskysely ja erilaiset seminaaritapahtumat hankkeen aikana toteutettiin menestyksekkäästi. Varsinkin Sari Väänänen EkoCentriasta ansaitsee suuret kiitokset. Aineiston keräämiseen osallistuivat tekijöiden lisäksi merkittävällä panoksella myös Ruralia-instituutin yliopistoharjoittelijat Juha Laukkonen ja Susanna Ruuska. Kiitokset heille suuren urakan loppuunsaattamisesta. Raportin taitosta ja ulkoasusta kiitokset menevät graafinen suunnittelija Jaana Huhtalalle.

Kiitämme lämpimästi myös niitä kaikkia satoja suomalaisia elintarvikealan yrityksiä sekä kymmeniä julkisia hankintarenkaita ja –yksiköitä, jotka vastasivat hankkeessa tehtyihin kyselyihin vuoden 2013 aikana.

Muistatthan, että tulevaisuuden suunta määrätään tämän päivän päätöksillä. Tehdään siis lähiruokapäätöksiä jo tänään!

Tekijät



# SISÄLLYS

---

<b>TIIVISTELMÄ</b> .....	9
<b>SAMMANDRAG</b> .....	11
<b>ABSTRACT</b> .....	13
 <b>1 SELVITYKSEN TAUSTA JA TAVOITTEET</b> .....	15
 <b>2 PERUSTIETOJEN HANKINTA</b> .....	17
2.1 Kysely yrityksille.....	17
2.2 Kysely hankintarenkaille ja -yksiköille .....	19
 <b>3 SELVITYKSEN TULOKSIA MAAKUNNITTAIN</b> .....	20
3.1 Etelä-Karjala .....	21
3.1.1 Maatalous ja elintarviketeollisuus Etelä-Karjalassa.....	21
3.1.2 Yrityskyselyn tuloksia.....	22
3.1.3 Hankintarenkaille ja -yksiköille lähetetyn kyselyn tuloksia .....	27
3.1.4 Maatalouden ja elintarviketeollisuuden aluetaloudelliset vaikutukset .....	29
3.2 Etelä-Pohjanmaa .....	31
3.2.1 Maatalous ja elintarviketeollisuus Etelä-Pohjanmaalla .....	31
3.2.2 Yrityskyselyn tuloksia.....	32
3.2.3 Hankintarenkaille ja -yksiköille lähetetyn kyselyn tuloksia .....	36
3.2.4 Maatalouden ja elintarviketeollisuuden aluetaloudelliset vaikutukset .....	38
3.3 Etelä-Savo .....	40
3.3.1 Maatalous ja elintarviketeollisuus Etelä-Savossa.....	40
3.3.2 Yrityskyselyn tuloksia.....	40
3.3.3 Hankintarenkaille ja -yksiköille lähetetyn kyselyn tuloksia .....	46
3.3.4 Maatalouden ja elintarviketeollisuuden aluetaloudelliset vaikutukset .....	47
3.4 Kainuu .....	49
3.4.1 Maatalous ja elintarviketeollisuus Kainuussa .....	49
3.4.2 Yrityskyselyn tuloksia.....	49
3.4.3 Hankintarenkaille ja -yksiköille lähetetyn kyselyn tuloksia .....	54
3.4.4 Maatalouden ja elintarviketeollisuuden aluetaloudelliset vaikutukset .....	54
3.5 Kanta-Häme .....	56
3.5.1 Maatalous ja elintarviketeollisuus Kanta-Hämeessä .....	56
3.5.2 Yrityskyselyn tuloksia.....	56
3.5.3 Hankintarenkaille ja -yksiköille lähetetyn kyselyn tuloksia .....	58
3.5.4 Maatalouden ja elintarviketeollisuuden aluetaloudelliset vaikutukset .....	60
3.6 Keski-Pohjanmaa.....	62
3.6.1 Maatalous ja elintarviketeollisuus Keski-Pohjanmaalla.....	62
3.6.2 Yrityskyselyn tuloksia.....	62
3.6.3 Hankintarenkaille ja -yksiköille lähetetyn kyselyn tuloksia .....	67
3.6.4 Maatalouden ja elintarviketeollisuuden aluetaloudelliset vaikutukset .....	68
3.7 Keski-Suomi.....	70
3.7.1 Maatalous ja elintarviketeollisuus Keski-Suomessa .....	70
3.7.2 Yrityskyselyn tuloksia.....	71
3.7.3 Hankintarenkaille ja -yksiköille lähetetyn kyselyn tuloksia .....	73
3.7.4 Maatalouden ja elintarviketeollisuuden aluetaloudelliset vaikutukset .....	75
3.8 Kymenlaakso .....	77
3.8.1 Maatalous ja elintarviketeollisuus Kymenlaaksossa .....	77
3.8.2 Yrityskyselyn tuloksia .....	
3.8.3 Hankintarenkaille ja -yksiköille lähetetyn kyselyn tuloksia .....	84
3.8.4 Maatalouden ja elintarviketeollisuuden aluetaloudelliset vaikutukset .....	85

3.9	Lappi.....	87
3.9.1	Maatalous ja elintarviketeollisuus Lapissa.....	87
3.9.2	Yrityskyselyn tuloksia.....	88
3.9.3	Hankintarenkaille ja -yksiköille lähetetyn kyselyn tuloksia.....	91
3.9.4	Maatalouden ja elintarviketeollisuuden aluetaloudelliset vaikutukset .....	93
3.10	Pirkanmaa.....	95
3.10.1	Maatalous ja elintarviketeollisuus Pirkanmaalla.....	95
3.10.2	Yrityskyselyn tuloksia.....	96
3.10.3	Hankintarenkaille ja -yksiköille lähetetyn kyselyn tuloksia.....	102
3.10.4	Maatalouden ja elintarviketeollisuuden aluetaloudelliset vaikutukset .....	104
3.11	Pohjanmaa.....	106
3.11.1	Maatalous ja elintarviketeollisuus Pohjanmaalla .....	106
3.11.2	Yrityskyselyn tuloksia.....	107
3.11.3	Hankintarenkaille ja -yksiköille lähetetyn kyselyn tuloksia.....	111
3.11.4	Maatalouden ja elintarviketeollisuuden aluetaloudelliset vaikutukset .....	114
3.12	Pohjois-Karjala.....	116
3.12.1	Maatalous ja elintarviketeollisuus Pohjois-Karjalassa.....	116
3.12.2	Yrityskyselyn tuloksia.....	117
3.12.3	Hankintarenkaille ja -yksiköille lähetetyn kyselyn tuloksia.....	123
3.12.4	Maatalouden ja elintarviketeollisuuden aluetaloudelliset vaikutukset .....	125
3.13	Pohjois-Pohjanmaa.....	127
3.13.1	Maatalous ja elintarviketeollisuus Pohjois-Pohjanmaalla.....	127
3.13.2	Yrityskyselyn tuloksia.....	128
3.13.3	Hankintarenkaille ja -yksiköille lähetetyn kyselyn tuloksia.....	133
3.13.4	Maatalouden ja elintarviketeollisuuden aluetaloudelliset vaikutukset .....	135
3.14	Pohjois-Savo.....	137
3.14.1	Maatalous ja elintarviketeollisuus Pohjois-Savossa.....	137
3.14.2	Yrityskyselyn tuloksia.....	138
3.14.3	Hankintarenkaille ja -yksiköille lähetetyn kyselyn tuloksia.....	142
3.14.4	Maatalouden ja elintarviketeollisuuden aluetaloudelliset vaikutukset .....	145
3.15	Päijät-Häme .....	147
3.15.1	Maatalous ja elintarviketeollisuus Päijät-Hämeessä.....	147
3.15.2	Yrityskyselyn tuloksia.....	148
3.15.3	Hankintarenkaille ja -yksiköille lähetetyn kyselyn tuloksia.....	149
3.15.4	Maatalouden ja elintarviketeollisuuden aluetaloudelliset vaikutukset .....	151
3.16	Satakunta.....	153
3.16.1	Maatalous ja elintarviketeollisuus Satakunnassa.....	153
3.16.2	Yrityskyselyn tuloksia .....	153
3.16.3	Hankintarenkaille ja -yksiköille lähetetyn kyselyn tuloksia.....	158
3.16.4	Maatalouden ja elintarviketeollisuuden aluetaloudelliset vaikutukset .....	161
3.17	Uusimaa .....	163
3.17.1	Maatalous ja elintarviketeollisuus Uudellamaalla.....	163
3.17.2	Yrityskyselyn tuloksia.....	164
3.17.3	Hankintarenkaille ja -yksiköille lähetetyn kyselyn tuloksia.....	169
3.17.4	Maatalouden ja elintarviketeollisuuden aluetaloudelliset vaikutukset .....	172
3.18	Varsinais-Suomi .....	174
3.18.1	Maatalous ja elintarviketeollisuus Varsinais-Suomessa .....	174
3.18.2	Yrityskyselyn tuloksia.....	175
3.18.3	Hankintarenkaille ja -yksiköille lähetetyn kyselyn tuloksia.....	177
3.18.4	Maatalouden ja elintarviketeollisuuden aluetaloudelliset vaikutukset .....	179

3.19 Åland .....	182
3.19.1 Lantbruket och livsmedelsindustrin på Åland.....	182
3.19.2 Resultat av enkät bland företag .....	183
3.19.3 Resultat av enkät som skickats till upphandlingsringar och -enheter.....	186
3.19.4 Regionalekonomiska effekter av lantbruket och livsmedelsindustrin.....	187
<b>4 SELVITYKSEN TULOKSIA KOKO MAAN TASOLLA JA VERTAILUA MAAKUNTIEN VÄLILLÄ</b> .....	189
4.1 Yrityskyselyn tuloksia .....	189
4.2 Hankintarenkaille ja -yksiköille lähetetyn kyselyn tuloksia.....	197
4.3 Maatalouden ja elintarviketeollisuuden aluetaloudelliset vaikutukset koko maassa.....	203
4.3.1 Nykytilanteen vaikutukset koko Suomessa.....	203
4.3.2 Tulevaisuuden vaikutukset koko Suomessa .....	203
<b>5 YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET</b> .....	206
<b>LÄHTEET</b> .....	210
<b>KUVIOT JA TAULUKOT</b> .....	213
<b>LIITE 1.</b> RegFin-laskentamenetelmä ja siihen liittyviä julkaisuja.....	218
<b>LIITE 2.</b> Selvityksessä tarkasteltujen toimialojen sisältö .....	224
<b>LIITE 3.</b> Kysely yrityksille.....	226
<b>LIITE 4.</b> Kysely hankintarenkaille ja -yksiköille .....	232



## TIIVISTELMÄ

Lähiruoalle ei ole yhtä rajattua määritelmää, mutta on olemassa monia ominaisuuksia, jotka yleensä liitetään lähiruokaan. Yleismääritelmän mukaan lähiruoka on lähellä tuotettua ja kulutettua ruokaa, jonka tuotannossa käytetään oman alueen raaka-aineita ja tuotantopanoksia. Muita tärkeitä ominaisuuksia ovat tuoreus ja jäljitettävyyys. Lähiruokaa suosimalla vuodenaikojen sesonkeja on helppo hyödyntää, ja myös paikallinen ruokakulttuuri saadaan samalla säilytettyä. Lähiruoka tuo myös työpaikkoja alueelle. Lähiruokaa pidetään eettisesti, taloudellisesti ja sosiaalisesti kestäväenä kehityksenä ruoantuotannossa.

*Lähiruoan taloudelliset vaikutukset ja käytön edistäminen julkisissa ammattikeittiöissä* -hankkeen tavoitteena oli selvittää, missä määrin yhtäältä suomalaiset elintarvikealan yritykset ja toisaalta julkiset ammattikeittiöt käyttävät paikallisia raaka-aineita. Lisäksi tarkoituksena oli tuottaa arvio lähiruoan käytön nykyisistä ja tulevista vaikutuksista niin kansantaloudelle kuin maakuntien työllisyydellekin. Näillä aluetaloudellisilla vaikuttavuuslaskelmilla oli tarkoitus tarjota julkisista hankinnoista päättävälle henkilölle tukea päätöksentekoon. Tutkimuksen tulokset auttavat toimijoita paremmin hahmottamaan lähiruoan merkitystä osana maakuntien ja kuntien elinkeinon kehittämistä ja työllisyyden edistämistä. Tutkimuksen tuloksien toivotaan herättävän kunnissa ratkaisukeskeistä keskustelua lähiruoan kysynnän ja tarjonnan epäsuhdasta ja lähiruoan käytön leviämisongelmista. Kunnissa tarvitaan tietoa, taitoa ja ennen kaikkea tahtotilaa, että paikallisten hankintojen osuutta saataisiin nostettua.

Hankkeessa toteutettiin vuonna 2013 kaksi e-lomakekyselyä: toinen kysely kohdistettiin elintarvikkeita jalostaville yrityksille ja toinen maakuntien julkisille hankintarenkaille ja -yksiköille. Lomakekyselyjä täydennettiin puhelinhaastatteluilla. Yhteensä 584 elintarvikkeita valmistavaa yritystä vastasi kyselyyn, mikä yhdistettynä vuonna 2012 saatuihin neljän maakunnan yritysten vastauksiin on yhteensä 778 yritysvastausta. Tehdyt kyselyt kattavat lähes 40 prosenttia Suomen elintarvikeyrityksistä. Hankintarengaskyselyyn saatiin vastauksia yhteensä 65 hankintarenkaalta tai -yksiköltä. Kahden maakunnan osalta

päädyttiin käyttämään vuoden 2012 vastaavien selvitysten tuloksia, koska aikaisempiin kyselyihin saatiin kattavampia vastauksia kuin tämän selvityksen yhteydessä toteutettuun kyselyyn. Yhteensä raportoidaan siis 69 erillistä vastausta.

Lisäksi raportoidaan RegFin -aluemallilaskelmien tulokset maatalouden ja elintarvike-teollisuuden aluetaloudellisista vaikutuksista maakunnittain. Yleisen tasapainon CGE-mallina Ruralia-instituutin alueellinen RegFin-laskentamalli perustuu koeteltuun mikro- ja makrotalousteorian, kehittyneisiin soveltavan matematiikan ratkaisualgoritmeihin sekä Tilastokeskuksen virallisiin kansan- ja aluetalouden tilinpidon lukuihin. RegFin-mallin simulointitulokset sisältävät muutoksen suoran ja epäsuoran vaikutuksen lisäksi niin sanotut aiheutetut vaikutukset, jotka syntyvät vaikutuskanavan edetessä tuloihin ja kulutukseen asti.

Koko Suomen tasolla elintarvikeyritykset ostavat omasta maakunnasta keskimäärin hieman yli 20 prosenttia alkutuotannon raaka-aineista. Muualta Suomesta hankitaan keskimäärin noin puolet raaka-aineistoista. Ulkomaisten raaka-aineiden osuus on noin neljännes kaikista alkutuotannon raaka-aineistoista. Alatoimialakohtaisesti tarkasteltuna oman maakunnan osuus raaka-aineistoista on suurin hedelmiä, kasviksia ja marjoja jalostavien yritysten kohdalla. Kasvi- ja eläinöljyjä ja -rasvoja valmistavissa yrityksissä oman maakunnan osuus raaka-aineistoista on pienin. Myös juomia, leipomotuotteita ja muita elintarvikkeita valmistavissa yrityksissä pieni osuus raaka-aineista ostetaan omasta maakunnasta. Tuontiraaka-aineiden osuus on merkittävin juomia sekä leipomotuotteita valmistavissa yrityksissä, joissa yli puolet raaka-aineista hankitaan ulkomailta. Paikallisten raaka-aineiden käytössä ei yritysten arvioiden mukaan tapahdu suuria muutoksia lähitulevaisuudessa. Lähes 80 prosenttia vastaajista ilmoitti, että tulevaisuudessa yrityksessä käytetään omasta maakunnasta ostettuja raaka-aineita suunnilleen yhtä paljon kuin tällä hetkellä. Vastaajista 20 prosenttia arvioi, että paikallisten raaka-aineiden osuus kasvaa, ja vain muutama vastaaja ennakoii paikallisten raaka-aineiden osuuden olevan jatkossakin nykyistä pienempi.

Suomalaiset hankintarenkaat ja -yksiköt ostavat julkiskeittiösektorin käyttöön noin 15 prosenttia elintarvikkeista omasta maakunnastaan. Kyselyyn vastanneet hankintarenkaat ostavat vuosittain lähiruokaa noin 32 miljoonan euron arvosta. Noin 65 prosenttia elintarvikehankinnoista tehdään muualta Suomesta. Julkiskeittiöiden käyttämien elintarvikkeiden kotimaisuusaste on näin ollen noin 80 prosenttia. Ulkomaisten tuotteiden osuudeksi jää siis noin 20 prosenttia. Oman maakunnan osuus on suurin leipomotuotteiden kohdalla: yli neljäsosa ostetaan omasta maakunnasta. Hedelmien, kasvien ja marjojen sekä maitotalous- ja lihatuotteiden osalta hankinnoista 15–20 prosenttia on lähiruokaa. Hankintarenkaiden ja -yksiköiden elintarvikeostoista euromääräisesti suurimmat tuoteryhmät ovat lihatuotteet, maitotaloustuotteet sekä hedelmä-, kasvis- ja marjatuotteet, joihin kuhunkin kulutetaan noin 20 prosenttia hankinnoista. Näistä tuoteryhmistä ostetaan euromääräisesti eniten lähiruokaa julkiskeittiösektorin käyttöön. Vastaajat nimesivät merkittävimmiksi omasta maakunnasta ostettaviksi tuotteiksi useimmiten perunat ja muut juurekset. Lähes yhtä usein vastauksissa mainittiin leipä ja muut leipomotuotteet. Hankintarenkaat ja -yksiköt arvioivat, että vuonna 2020 noin 20 prosenttia elintarvikehankinnoista tehdään omasta maakunnasta eli pientä kasvua paikallisten tuotteiden hankinnassa olisi siis näköpiirissä.

Maatalous ja elintarviketeollisuus ovat merkittäviä toimialoja koko maan tasolla. Maatalouden vaikutus koko Suomen bruttokansantuotteeseen on noin 2,8 prosenttiyksikköä eli yli 5,2 miljardia euroa. Maatalous työllistää noin 4,1 prosenttiyksikköä maamme työllisistä eli noin 100 000 henkilötyövuotta, kun kerroinvaikutuksetkin otetaan huomioon. Elintarviketeollisuuden vaikutus maan BKT:hen on noin 7,1 prosenttiyksikköä eli noin 13,2 miljardia euroa. Elintarvikkeiden ja juomien valmistuksen vaikutus työllisyyteen on maataloutta hieman pienempi, noin 3,8 prosenttiyksikköä eli reilut 95 000 henkilötyövuotta kerroinvaikutukset huomioon otettuna.

Nykykuluttaja haluaa tietää syömänsä ruoan alkuperän, ja tämä tulisi huomioida myös julkisella sektorilla. Hankkimalla paikallisesti tuotettuja ja jalostettuja raaka-aineita ja elintarvikkeita kunnat pystyvät toimimaan paremmin asiakaslähtöisesti ja lisäämään samalla lähiruoan arvostusta kuluttajien keskuudessa. Lähiruoan systemaattinen hankinta ja käyttö julkisella sektorilla on arvovallinta ja vaatii poliittista tahtotilaa sekä useiden tahojen välistä yhteistyötä. Perusta lähiruoan käytön edistämiseksi tulisi luoda kunnissa siksi jo strategiatasolla. Lähiruokaa suosimalla panostetaan samalla myös alueen talouteen ja työllisyyteen ja tuetaan alueiden kestävää kehitystä koko elintarvikeketjussa.



## SAMMANDRAG

Det finns ingen enskild, begränsad definition för närmat, men det finns många egenskaper som normalt förknippas med närmat. Enligt den allmänna definitionen är närmat närproducerad och -konsumerad mat som produceras av lokala råvaror och genom lokala produktionsinsatser. Andra viktiga egenskaper är färskhet och spårbarhet. Genom att välja närmat är det också lätt att utnyttja säsongerna och årstiderna, och samtidig bevaras den lokala matkulturen. Närmat ger också arbetstillfällen i regionen. Närmat anses vara etisk, ekonomisk och socialt hållbar utveckling inom matproduktionen.

Syftet med projektet *Lähiruoan taloudelliset vaikutukset ja käytön edistäminen julkisissa ammattikeittiöissä* (Ekonomiska effekter av närmat och främjande av dess användning i offentliga yrkeskök) var att ta reda på i vilken utsträckning dels de finländska livsmedelsföretagen, dels de offentliga yrkesköken använder lokala råvaror. Dessutom var syftet att producera en uppskattning av både de nuvarande och de kommande effekterna av användningen av närmat på såväl samhällsekonomin som sysselsättningen i landskapen. Tanken var att dessa kalkyler över de regionalekonomiska effekterna ska erbjudas som stöd i beslutsfattandet till personer som ansvarar för offentliga upphandlingar. Resultaten av undersökningen hjälper aktörerna att bättre förstå närmatens betydelse som en del av näringslivets utveckling i landskapen och kommunerna och främjandet av sysselsättningen. Förhoppningen är att resultaten av undersökningen ska ge upphov till en lösningsorienterad dialog i kommunerna om det snedvridna förhållandet mellan efterfrågan och utbud på närmat och om problemen med att öka användningen av närmat. I kommunerna behövs det information, kompetens och framfört allt en vilja för att man ska kunna öka andelen lokala upphandlingar.

Inom projektet genomfördes två e-enkäter år 2013: den ena enkäten riktade sig till företag som förädlar livsmedel och den andra till offentliga upphandlingsringar och -enheter i landskapen. E-enkäten kompletterades med telefonintervjuer. Totalt 584 företag som tillverkar livsmedel svarade på enkäten, vilket tillsammans med de svar från företag i fyra landskap som lämnades in 2012 totalt

utgör 778 företagssvar. De genomförda enkäterna omfattar alltså närmare 40 procent av livsmedelsföretagen i Finland. Totalt 65 upphandlingsringar eller -enheter svarade på enkäten för upphandlingsringar. För två landskap valde man att använda resultaten av motsvarande utredningar från år 2012, eftersom dessa gav mer heltäckande svar än den enkät som genomfördes i samband med denna utredning. Totalt rapporteras alltså 69 separata svar.

Dessutom rapporteras resultaten av RegFin-regionmodellkalkylerna om lantbrukets och livsmedelsindustrins regionalekonomiska effekter per landskap. Ruralia-institutets RegFin-kalkylmodell som används som CGE-modell, dvs. allmän jämviktsmodell, grundar sig på en beprövad mikro- och makroekonomisk teori, högutvecklade lösningsalgoritmer inom tillämpad matematik och de officiella siffrorna i Statistikcentralens samhälls- och regionalekonomiska bokföring. Simuleringsresultaten av RegFin-modellen inkluderar den direkta och indirekta förändringseffekten, liksom de så kallade framkallade effekterna som skapas när effektkanalerna framskrider till resultat och konsumtion.

Sett över hela Finland köper livsmedelsföretagen i genomsnitt lite mer än 20 procent av de primärproducerade råvarorna inom det egna landskapet. I genomsnitt hälften av råvarorna köps från övriga Finland. Andelen utländska råvaror utgör ungefär en fjärdedel av alla primärproducerade råvaror som köps. Sett per undergren är det företag som förädlar frukt, grönsaker och bär som köper störst andel av råvarorna inom det egna landskapet. Företag som framställer vegetabiliska och animaliska oljor och fetter köper minst andel av råvarorna inom det egna landskapet. Även företag som framställer drycker, bageriprodukter och andra livsmedel köper en liten del av råvarorna inom det egna landskapet. Andelen importerade råvaror är störst i företag som framställer drycker och bageriprodukter, där över hälften av råvarorna köps från utlandet. Enligt företagets bedömningar kommer det inte att ske några större förändringar i användningen av lokala råvaror inom den närmaste framtiden. Närmare 80 procent av svarsper-

sonerna uppgav att företaget i framtiden kommer att använda ungefär lika mycket råvaror köpta inom det egna landskapet som för närvarande. Av svarspersonerna bedömde 20 procent att andelen lokala råvaror kommer att öka, och endast ett par svarspersoner uppskattade att andelen lokala råvaror i fortsättningen kommer att vara mindre än för närvarande.

För de offentliga kökens bruk köper de finländska upphandlingsringarna och -enheterna cirka 15 procent av livsmedlen inom det egna landskapet. De upphandlingsringar som deltog i undersökningen köper årligen närmat till ett värde av cirka 32 miljoner euro. Cirka 65 procent av livsmedlen köps från övriga Finland. Det innebär att cirka 80 procent av de livsmedel som används i offentliga kök är inhemska. Andelen utländska produkter är alltså cirka 20 procent. Andelen livsmedel från det egna landskapet är störst inom bageriprodukter: över en fjärdedel köps inom det egna landskapet. När det gäller frukt, grönsaker och bär samt mejerivaror och köttprodukter är 15–20 procent av alla inköp närmat. Mätt i euro är de största produktgrupperna inom upphandlingsringarnas och -enheternas livsmedelsinköp köttprodukter, mejerivaror samt frukt-, grönsaks- och bärprodukter. Cirka 20 procent av inköpen förbrukas i var och en av dessa. Mätt i euro köps mest närmat inom dessa produktgrupper för de offentliga kökens bruk. Flest svarspersoner uppgav att de viktigaste produkter som köps inom det egna landskapet är potatis och andra rotsaker. I nästan lika många svar nämndes bröd och andra bageriprodukter. Upphandlingsringarna och -enheterna bedömde att cirka 20 procent av livsmedelsinköpen år 2020

kommer att göras inom det egna landskapet, dvs. är en liten ökning i inköpen av lokala produkter att vänta.

Lantbruket och livsmedelsindustrin är betydelsefulla branscher sett över hela Finland. Lantbrukets inverkan på hela Finlands bruttonationalprodukt är cirka 2,8 procentenheter, dvs. över 5,2 miljarder euro. Lantbruket sysselsätter cirka 4,1 procentenheter av de yrkesverksamma i vårt land, vilket motsvarar cirka 100 000 årsverken när även multiplikatoreffekterna beaktas. Livsmedelsindustrins inverkan på hela landets BNP är cirka 7,1 procentenheter, dvs. över 13,2 miljarder euro. Framställningen av livsmedel och drycker har en lite mindre inverkan på sysselsättningen än lantbruket, cirka 3,8 procentenheter, vilket motsvarar drygt 95 000 årsverken när även multiplikatoreffekterna beaktas.

Dagens konsumenter vill veta varifrån den mat de äter kommer, och detta bör beaktas även inom den offentliga sektorn. Genom att köpa lokalproducerade och -förädlade råvaror och livsmedel kan kommunerna agera mer kundorienterat och samtidigt öka uppskattningen för närmat bland konsumenterna. Systematisk upphandling och användning av närmat inom den offentliga sektorn är en värdemarkering och kräver en politisk vilja och samarbete mellan olika parter. Grunden för att främja användning av närmat bör därför skapas i kommunerna redan på strateginivå. Genom att välja närmat satsar man samtidigt också på ekonomin och sysselsättningen i regionen och stöder regionernas hållbara utveckling inom hela livsmedelskedjan.

## ABSTRACT

There is no clear-cut definition for local food, but there are many properties that are commonly associated with it. According to the general definition, local food is produced and consumed within a short distance, and local ingredients and inputs are used in its production. Other important properties are freshness and traceability. By favouring local food, seasonal variation can be made use of, and at the same time, the local food culture can be preserved. The use of local food also creates jobs in the region. Local food is considered ethically, economically and socially sustainable development in food production.

The objective of the *Economic impact of local food and promoting its use in public-sector professional kitchens* project was to investigate the extent to which Finnish food companies on the one hand, and public-sector professional kitchens on the other, utilise local ingredients. In addition, the objective was to create an estimate on the current and future impact of local food on both the national economy and the employment situation of the provinces. These impact calculations for regional economies were intended to offer support for the decision-making of those in charge of public procurement. The results of the study will help operators to better understand the significance of local food as a part of the development of the industry, commerce and employment of provinces and municipalities. The study results are expected to stir solution-oriented discussions in the municipalities on the unbalance between the demand and supply of local food and the problems in the expansion of the use of local food. Information, skills and, above all, motivation is needed in the municipalities in order to raise the share of local procurement.

In 2013, two surveys were carried out using electronic questionnaires: one targeted companies refining food and the other public joint procurement groups and procuring entities. The questionnaires were supplemented with telephone interviews. In total, 584 companies manufacturing food responded to the questionnaire which, combined with the responses from companies in four provinces obtained in 2012, adds up to a total of 778 responses from companies. This means that the

responses cover nearly 40 per cent of Finnish food companies. For the questionnaire concerning joint procurement, responses were obtained from 65 joint procurement groups or procuring entities in total. For two provinces, the decision was made to use the results from similar studies carried out in 2012 because more comprehensive responses were obtained for the earlier surveys than the survey carried out during this study. In total, 69 separate responses will be reported.

In addition, the results of the RegFin regional model calculations concerning the regional economic impact of agriculture and food industry for each province will be reported. As a CGE model for general equilibrium, the Ruralia Institute's regional RegFin calculation model is based on tested micro- and macroeconomic theory, advanced applied mathematics solution algorithms and Statistics Finland's official accounting figures for the national and regional economies. The simulation results of the RegFin model include not only the direct and indirect impact of the change, but also the consequential impact brought about as the wave of impact proceeds into income and consumption.

At the national level, food companies buy on average slightly more than 20 per cent of the ingredients for primary production from the province where they are based. Approximately half of the ingredients is procured from elsewhere in Finland on average. The share of foreign ingredients is approximately one quarter of all ingredient purchases for primary production. In terms of sub-sectors, the share of the company's own province in ingredient purchases is highest with companies refining fruit, vegetables and berries. Companies manufacturing vegetable and animal oils and fats have the lowest share of ingredient purchases from their own province. Companies producing drinks, bakery products and other foodstuffs also purchase a small share of ingredients from their own province. The share of imported ingredients is highest in companies manufacturing drinks and bakery products, where more than half of the ingredients are procured from abroad. According to the companies' estimates, no major changes will take place in the use of local ingredients in the near future.

Nearly 80 per cent of the respondents reported that in the future, the company will use approximately as much ingredients purchased from their own province as they currently do. Twenty per cent of the respondents estimated that the share of local ingredients will grow, and only a few respondents anticipated that the share of local ingredients would be smaller in the future.

Finnish joint procurement groups and procuring entities purchase about 15 per cent of food used in the public-sector kitchens from their own province. Joint procurement groups that responded to the survey purchase local food for approximately EUR 32 million per year. Approximately 65 per cent of food is procured from elsewhere in Finland. The degree of domestic origin in food used by public-sector kitchens is thus approximately 80 per cent. Consequently, the share of foreign products is about 20 per cent. The share of one's own province is highest with bakery products: more than one quarter is purchased from the same province. For fruit, vegetables and berries, as well as dairy and meat products, 15–20 per cent of the procurement consists of local food. In terms of money, the largest product groups in the purchases of joint procurement groups and procuring entities are meat products, dairy products and fruit, vegetables and berries, with about 20 per cent of purchases used for each. The largest amounts of local food in terms of money are purchased from these product groups for use in public-sector kitchens. The respondents most often named potatoes and other root vegetables as the most significant products purchased from their own province. Bread and other bakery products were mentioned nearly as often in the re-

sponses. Joint procurement groups and procuring entities estimated that in 2020, about 20 per cent of food procurement will take place within one's own province, which indicates that some small growth is to be expected in the purchases of local products.

Agriculture and the food industry are nationally important trades. The impact of agriculture on the Finnish gross domestic product is approximately 2.8 percentage points, more than EUR 5.2 billion. Agriculture employs about 4.1 per cent of the Finnish workforce, making up approximately 100,000 man-years with multiplier effects considered. The impact of the food industry on the GDP is about 7.1 percentage points, approximately EUR 13.2 billion. The impact of the manufacture of food and beverages on employment is slightly smaller than that of agriculture: approximately 3.8 percentage points, i.e. 95,000 man-years with multiplier effects considered.

Today's consumers want to know the origin of the food they eat, and this should be taken into account in the public sector as well. By procuring locally produced and refined ingredients and food, municipalities will be able to act in a more customer-oriented manner while increasing the appreciation of local food among consumers. The systematic procurement and use of local food in the public sector is a choice involving values, requiring political will and cooperation among several operators. Therefore, the basis for promoting the use of local food should be created in municipalities in the level of strategy. Favouring local food also means investing in the region's economy and employment and supporting sustainable development in the regions throughout the food production chain.

# 1 SELVITYKSEN TAUSTA JA TAVOITTEET

Elintarviketalous on perinteisesti ollut kotimaan rajojen sisällä tapahtuvaa ruokatuotantoa, mutta nykypäivänä se joutuu sopeutumaan globalisoituvan maailman alati kiristyvään kilpailutilanteeseen. Vastavoimana tai vaihtoehtona elintarviketaloudenkin globalisaatiolle on nähty lähiruoka, local food, jota pidetään eettisesti, taloudellisesti ja sosiaalisesti kestäväenä kehityksenä ruoantuotannossa. Ruokasektori katsotaan valtakunnallisissa linjauksissa, kuten hallitusohjelmassa, tulevaisuuden kasvualaksi. Kansallinen ruokastrategia ja hallituksen ruokapolitiittinen selonteko ovat asettaneet suuntaviivoja alan kilpailukyvyyn ja alan toimijoiden yhteistyön kehittämiseksi. Lähiruoka on noussut tavoitteissa merkittävään asemaan.<sup>1</sup> Hallitusohjelmaan on linjattu erillisen lähiruokaohjelman<sup>2</sup> toteuttaminen tukemaan tätä tavoitetta.

Lähiruokatyöryhmä (YTR, 2000) on määrittellyt lähiruoan siten, että se on ruoantuotantoa ja -kulutusta, joka käyttää oman alueen raaka-aineita ja tuotantopanoksia ja siten edistää alueen taloutta ja työllisyyttä. Maantieteellisten rajojen ei aina kuitenkaan tarvitse seurata kunnan tai maakunnan rajoja, vaan ennemminkin olisi ajateltava tuoreutta, laatua sekä lyhyitä kuljetus- ja säilytysaikoja, jotka vaikuttavat myös käytettävien lisäaineiden määrään ja pakkaamiseen. Yleisenä tavoitteena Suomessa on lähiruoan tuotannon lisääminen, jalostusasteen nostaminen ja kysynnän ja tarjonnan kohtaaminen (Kurunmäki, Ikäheimo, Syväniemi ja Rönni, 2012; Mäkipeska ja Sihvonen, 2010). Paikallisen ruokasektorin sujuva toiminta on mahdollista siis vain siinä tapauksessa, että lähiruoan tarjonta ja kysyntä lähenevät toisiaan.

Lähiruoka on huomioitu tavalla tai toisella myös monien maakuntien elintarvikestrategioissa, mutta ei aina kuitenkaan keskeisenä kehittämiskohteena (Sireni, 2007). Lähiruoan merkityksen kasvuun ja sitä kautta sen rooliin maaseudun työllisyys- ja elinkeinomahdollisuuksien lisääjänä on ladattu paljon odotuksia. Esimerkiksi Sitran katsauksessa (Mäkipeska ja Sihvonen, 2010) lähiruokamarkkinoille ennakoitaan lähitulevai-



Lähiruoka on tuoretta. (Kuva: Päivi Töyli)

suudessa kolminkertaista kasvua. Markkinoiden laajenemismahdollisuuksista on kuitenkin esitetty myös täysin päinvastaisia näkemyksiä. Jokinen, Järvelä ja Puupponen (2009) tunnistavat mahdollisuuksien lisäksi myös useita alan kasvua vaikeuttavia tekijöitä, joiden vaikutuksesta lähiruoka tulee heidän mukaansa myös jatkossa jäämään marginaaliseen asemaan.

Yksityiset ammattikeittiöt voivat hankkia paikallisia raaka-aineita vapaasti, mutta julkisella puolella asia on hieman monimutkaisempi. Julkiset ammattikeittiöt voivat käyttää paikallisia elintarviketeollisuuden tuotteita julkisten hankintojen lainsäädännön puitteissa. Lähiruoan lisääminen julkisissa ammattikeittiöissä edellyttää hankkijalta koko tuotantoketjun tuntemista ja lähiruoan tuottajayrityksiltä valmiuksia ymmärtää hankintakriteereitä ja toimia yrittäjämäisesti markkinoiden vaatimuksia kuunnellen ja juuri oikeaan

<sup>1</sup> Lähiruoka määritellään tässä hankkeessa omassa maakunnassa tuotetuksi ja kulutetuksi ruoaksi.

<sup>2</sup> Lähiruokaa – totta kai! Hallituksen lähiruokaohjelma ja lähiruokasektorin kehittämisen tavoitteet vuoteen 2020. (MMM, 2013)

aikaan (Wuori, 2012). Yhtenä lähiruokasektorin kasvua vaikeuttavana tekijänä on varmasti se tosiasia, että suurin osa lähiruokaa tuottavista ja jalostavista yrityksistä on kooltaan hyvin pieniä, ja niillä on usein pulaa sekä markkinointiosaamisesta että kuluttajien tuntemisesta.

Suomessa on 3835 julkista suurkeittiötä, ja ne tarjoavat yhteensä vuoden aikana noin 411 miljoonaa ruoka-annosta (Lähis-opas, 2013). Näistä suurin osa on kuntien tuottamia ruokapalveluita, joten kunnat ovat merkittävien julkisten ruokapalvelujen toimija ja näin ollen huomattava raaka-aineiden ja elintarviketuotteiden ostaja. Kunnat eivät ole kuitenkaan laajasti tiedostaneet lähiruoan käytön hyötyjä. Kuntajohdon mielestä lähiruoan imago-vaikutukset ja paikallisen ruokakulttuurin vahvistuminen koetaan tärkeämpinä hyötyinä kuin esimerkiksi vaikutukset kunnan verotuloihin. Todennäköisesti tiedon puute lähiruoan ostamisen aluetaloudellisista vaikutuksista omalla kunta-alueella on osasy syy muiden hyötynäkökulmien korostumiselle. Kuntien ruokapalvelujen käytettävissä olevien määrärahojen niukkuuden on todettu olevan yksi merkittävistä esteistä lähiruoan hankinnassa. Lähiruoan käyttö julkisella sektorilla ei ole kuitenkaan täysin mahdotonta tai taloudellisesti kannattamatonta, sillä hyviäkin esimerkkejä löytyy jo nyt esimerkiksi Vaalasta, Mikkelistä ja Kiuruvedeltä (Mahdollisuuksien lähiruoka, 2011; Wuori, 2012). Näin ollen tietoisuuden lisäämisellä lähiruoan hankkimisen aluetaloudellista vaikutuksista voisi olla vaikutusta ruokapalvelujen määrärahojen päätöksenteossa.

Helsingin yliopiston Ruralia-instituutissa on kartoitettu lähiruoan aluetaloudellisia vaikutuksia vuoden 2012 aikana jo neljässä maakunnassa (Kanta-Häme, Keski-Suomi, Päijät-Häme ja Varsinais-Suomi). Tässä hankkeessa tarkoitus oli kartoittaa loput Suomen 15 maakuntaa. Näitä neljää jo tarkasteltua maakuntaa koskevan kyselyaineiston perusteella elintarviketeollisuuden yritykset käyttävät maakunnasta riippuen raaka-aineinaan 25–40 % paikallisen alkutuotannon tuotteita. Julkisissa keittiöissä oman maakunnan elintarviketeollisuuden tuotteiden osuus hankinnoista on 5–20 % (esim. Määttä ja Törmä, 2012a; 2012b; 2012c). Nämä osuudet ovat vielä suhteellisen pieniä virallisiin tahdon ilmauksiin verrattuna. Kansallisten tavoitteiden toteutuminen vaatii pohjakseen sekä uutta tietoa lähiruoan asemasta, sen taloudellisista vaikutuksista että ehdotuksia toimenpiteistä lähiruoan aseman vahvistamiseksi ruokasektorin kehittäessä. Erityisen tärkeänä kehittämiskohteena voidaan tunnistaa siis ammattikeittiöiden

raaka-ainehankinnat, johon tässä hankkeessa keskitytään.

Tämän hankkeen päätavoitteena oli tietoisuuden lisääminen lähiruoan käytön aluetaloudellisista vaikutuksista maakuntien taloudelle ja työllisyydelle sekä tätä kautta lähiruoan käytön lisääminen julkisissa ammattikeittiöissä. Hankkeesta saatava pitkän aikavälin hyöty näkyy lähiruokaa koskevan keskustelun laadun kasvuna, kun käytössä on uutta tietoa ja arvioita, joihin argumentoinnin lähiruoan puolesta voi perustaa. Hankkeen tuloksena syntyneet johtopäätökset, kehittämis ehdotukset ja toimenpidesuosituksukset voivat lisätä lähiruoan tunnettua, tarjontaa ja kysyntää sekä erityisesti kuntapäätäjien, lähiruuan tuottajien ja paikallisten ammattikeittiöiden edustajien kohtaamista. Hankkeen johtopäätökset, jotka sisältävät käytännönläheisiä toimenpide-ehtotuksia, tullaan hankkeen jälkeen linkittämään myös mahdollisimman monen yhteistyökumppanin internetsivustolle.

Tiivistetysti tämän hankkeen tavoitteet olivat:

- lisätä lähiruoan tuottajien, kaupan toimijoiden, kuluttajien, edunvalvonnan järjestöjen ja poliittisten päätöksentekijöiden tietoisuutta lähiruoan asemasta ja merkityksestä kerätyn uuden tiedon avulla sekä maakunnallisella että valtakunnallisella tasolla
- tuottaa arvio lähiruoan nykyisistä ja tulevista taloudellisista vaikutuksista kansantaloudelle ja maakunnille
- auttaa toimijoita hahmottamaan lähiruoan merkitystä osana elinkeinoelämän kehittämistä ja työllisyyden edistämistä
- herättää ratkaisukeskeistä keskustelua lähiruoan kysynnän ja tarjonnan epäsuhdasta ja lähiruoan käytön leviämisongelmista
- tuottaa käytännönläheisiä toimenpide-ehtotuksia kohderyhmän tarpeisiin.

## 2 PERUSTIETOJEN HANKINTA

Aluetaloudellisten vaikutusten laskentaa varten tarvittavat perustiedot on kerätty Tilastokeskuksen tietokannoista, joista tärkeimpinä lähteinä olivat Tilastokeskuksen kansantalouden ja alue-tilinpidot. Yksityiskohtaisempia alueellisia tietoja kerättiin muun muassa Toimiala Onlinesta (2013) ja Matilda-maataloustilastoista (2013). Lisäksi tietoja kerättiin e-lomakekyselyjen ja puhelinhaastatteluiden avulla sekä näiden lisäksi myös hankkeen aikana järjestetyissä työpajoissa ja seminaareissa. Selvityksen yhteydessä toteutettiin kaksi eri lomakekyselyä: toinen kysely kohdistettiin elintarvikkeita jalostaville yrityksille ja toinen maakuntien julkisille hankintarenkailla ja -yksiköille.

### 2.1 KYSELY YRITYKSILLE

Ensimmäinen e-lomakekysely (ks. liite 3) lähetettiin Suomen lähes kaikkien maakuntien elintarviketeollisuuden yrityksille. Kyselyä ei lähetetty Varsinais-Suomen, Keski-Suomen, Kanta-Hämeen ja Päijät-Hämeen yrityksille, koska kysely oli lähetetty näille jo vuonna 2012 aikaisempien selvitysten<sup>3</sup> yhteydessä (Määttä & Törmä, 2012 a; b; c). Näiden maakuntien osalta käytettiin siis aikaisempien selvitysten tuloksia. Kaikkiin muihin maakuntiin kysely lähetettiin. Kyselyiden yhteystietojen keräämisessä saatiin apua Ruoka-Suomi -teemaryhmän<sup>4</sup>

aluevastaavilta sekä maakuntien muilta elintarvikealan asiantuntijoilta. Osa kyselyistä lähetettiin teemaryhmän aluejäsenen kautta maakuntien elintarvikeyrityksille.

E-lomakekysely lähetettiin kaikille 15 maakunnan elintarvikkeita ja juomia valmistaville yrityksille, joiden sähköpostiosoitteet olivat tiedossa. Koska lomakekyselyn vastaajien määrä jäi odotusten mukaisesti kuitenkin melko alhaiseksi eikä kaikkien yritysten sähköpostiosoitteita ollut tiedossa, vastausten määrän kasvattamiseksi tehtiin lisäksi puhelinhaastatteluita kyselylomakkeen pohjalta. Näin e-lomakekyselyn ja haastatteluiden kautta yhteensä 584 yritystä vastasi vuoden 2013 kyselyyn, mikä yhdistettynä vuonna 2012 tehtyihin neljän maakunnan vastauksiin (n=194) on yhteensä 778 yritysvastautusta. Tehdyt kyselyt kattavat siis lähes 40 prosenttia Suomen kaikkien maakuntien elintarvikeyrityksistä Toimiala Onlineen lukuihin ja noin 30 prosenttia Ruoka-Suomen ilmoittamiin lukuihin verrattaessa. Yritystietojen osalta täytyy huomioda, että Toimiala Onlinesta saatavat tiedot eivät sisällä aivan pienimpien yritysten henkilöstö- ja liikevaihtotietoja. Toimiala Onlineen tiedot käsittävät sellaiset yritykset, jotka työllistävät yli puoli henkilöä tai liikevaihto on vähintään noin 10 000 euroa. Lisäksi Toimiala Online ja Ruoka-Suomi -tilastojen luokituksissa on eroja. Maakuntakuvaauksissa esitetään yritystilastot molempien lähteiden mukaan.

Vastauksia saatiin monipuolisesti ja kattavasti eri toimialoilta (taulukko 1) ja eri maakunnista (taulukko 2). Toimialoittain vastauksia saatiin 27-60 prosentilta alan yrityksistä. Maakunnittain kyselyyn vastasi 30-70 prosenttia alueen elintarvikeyrityksistä. Lisäksi jokaisen maakunnan osalta pyrittiin saamaan mahdollisimman kattavasti kaikilta toimialoilta vastauksia. Silti etenkin pienemmissä maakunnissa joiltain toimialoilta ei saatu vastauksia ollenkaan johtuen yritysten hyvin pienestä määrästä. Joissain tapauksissa toimialoja jouduttiin yhdistelemään tulosten esittämisen yhteydessä, koska yhden yrityksen vastauksia ei tässä selvityksessä raportoida. Kyselyyn vastanneet yritykset olivat myös liikevaihdoltaan ja henkilöstöltään erikokoisia yrityksiä. Vastanneiden yritysten liikevaihdot vaihtelivat alle 0,1 miljoonasta yli 100

<sup>3</sup> Varsinais-Suomen ruoantuotannon aluetaloudellisen vaikuttavuuden selvityksen tilaaja oli Varsinais-Suomen ruokaketjun kehittämishanke VARRU, jota rahoittaa Varsinais-Suomen ELY-keskus Manner-Suomen maaseudun kehittämisohjelmasta 2007-2013. Keski-Suomen ruoantuotannon aluetaloudellisen vaikuttavuuden selvityksen tilaaja oli Jyväskylän ammattikorkeakoulun Pro Ruokakulttuuri -hanke, jota rahoittaa Keski-Suomen ELY-keskus Euroopan maaseudun kehittämisen maatalousrahastosta. Hämeen ruoantuotannon aluetaloudellisen vaikuttavuuden selvityksen tilaaja oli MTK-Hämeen Kasvu Hämeessä -teemaohjelmahanke, jota rahoittaa Hämeen ELY-keskus Manner-Suomen maaseutuohjelmasta.

<sup>4</sup> Ruoka-Suomi on Maaseutupolitiikan yhteistyöryhmän nimittämä teemaryhmä, jonka tehtäviä ovat mm. suunnitella, valmistella ja tarvittaessa toteuttaa eri sidosryhmien kanssa ruokaketjun toimijoille kehittämistoimenpiteitä, tiedottaa elintarvikeyrityksyydestä ja lähiruoasta, verkottaa alan aluetoimijoita sekä osallistua hallituksen lähiruokaohjelman suunnitteluun ja toimeenpanoon. Teemaryhmän aluejäsenet edustavat kukin oman alueensa kehittämistoimintaa. Toimintaa koordinoi Turun yliopiston koulutus- ja tutkimuskeskus Brahea. (Ruoka-Suomi teemaryhmä, 2013).

miljoonaan euroon. Lähes 70 prosenttia kyselyyn vastanneista oli alle viiden hengen yrityksiä, mikä on hyvin lähellä Ruoka-Suomi -tilastoissa (2013) mainittua vastaavaa osuutta kaikista elintarvikeyrityksistä (72 prosenttia). Vastaavasti yli 50

hengen yrityksiä oli noin viisi prosenttia kyselyyn vastanneista, mikä vastaa täysin Ruoka-Suomi -tilaston (2013) mukaista suurten, yli 50 hengen yritysten osuutta kaikista elintarvikeyrityksistä.

**Taulukko 1.** Vuoden 2013 kyselyyn vastanneet yritykset toimialoittain.

Toimiala	Kyselyyn vastanneita yrityksiä toimialaa kohden (kpl)	Osuus toimialan yrityksistä <sup>5</sup> (%)
Teurastus, lihan käsittely ja lihatuotteiden valmistus	82	43
Kalan, äyriäisten ja nilviäisten jalostus ja säilöntä	42	37
Hedelmien ja kasvien jalostus ja säilöntä	72	57
Kasvi- ja eläinöljyjen ja -rasvojen valmistus	3	27
Maitotaloustuotteiden valmistus	34	47
Mylly- ja tärkkelystuotteiden valmistus	33	60
Leipomotuotteiden, makaronien yms. valmistus	181	30
Muiden elintarvikkeiden valmistus	78	45
Eläinten ruokien valmistus	18	32
Juomien valmistus	41	42
<b>Yhteensä</b>	<b>584</b>	<b>39</b>

**Taulukko 2.** Vuoden 2013 kyselyyn vastanneet yritykset maakunnittain.

Maakunta	Kyselyyn vastanneita (kpl)	Osuus maakunnan yrityksistä <sup>6</sup> (%)
Etelä-Karjala	24	44
Etelä-Pohjanmaa	37	30
Etelä-Savo	37	51
Kainuu	23	70
Keski-Pohjanmaa	18	51
Kymenlaakso	37	55
Lappi	29	33
Pirkanmaa	47	31
Pohjanmaa	39	36
Pohjois-Karjala	48	55
Pohjois-Pohjanmaa	47	38
Pohjois-Savo	52	45
Satakunta	40	41
Uusimaa	89	31
Åland	17	59
<b>Yhteensä</b>	<b>584</b>	<b>39</b>

<sup>5</sup> Osuus toimialan yrityksistä käsittää vastanneiden yritysten osuuden Toimiala Online (2013) -tilaston yrityksistä kyselyä koskevien maakuntien osalta.

<sup>6</sup> Osuus maakunnan yrityksistä käsittää vastanneiden yritysten osuuden Toimiala Online (2013) -tilaston yrityksistä maakunnassa.



## 2.2 KYSELY HANKINTARENKAILLE JA -YKSIKÖILLE

Toinen e-lomakekysely lähetettiin Suomen kaikille yhteishankintayksiköille, hankintarenkaille sekä kuntien hankinnasta vastaaville, yhteensä noin sadalle taholle. Kyselyn (ks. liite 4) avulla tiedusteltiin lähinnä julkisektörisektorin paikallisten elintarvikkeiden käyttöastetta. Kysely toteutettiin yhteistyössä EkoCentrian ja Kuntaliiton kanssa<sup>7</sup>. Vastauksia e-lomakekyselyyn ja sen tueksi tehtyihin puhelinhaastatteluihin saatiin 68 kappaletta. Näistä kolme vastausta käsitti kuitenkin samoja hankintayksiköitä, mikä otettiin huomioon aineiston käsittelyssä. Vastauksia kyselyyn saatiin siis yhteensä 65 hankintarenkaalta/hankintayksiköltä. Kahden maakunnan osalta päädyttiin käyttämään aikaisempien selvitysten tuloksia, koska aikaisempiin kyselyihin saatiin kattavampia vastauksia kuin tämän selvityksen yhteydessä toteutettuun kyselyyn. Yhteensä raportoidaan siis 69 erillistä vastausta. Kyselyyn vastanneiden hankintarenkaiden ja -yksiköiden elintarvikehankintojen arvo vuodessa on noin 227 miljoonaa euroa.

**Taulukko 3.** Hankintarengaskyselyyn vastanneiden määrä maakunnittain.

Maakunta	Kyselyyn vastanneita (kpl)
Etelä-Karjala	2
Etelä-Pohjanmaa	3
Etelä-Savo	3 <sup>8</sup>
Kainuu	1
Kanta-Häme	5 <sup>9</sup>
Keski-Pohjanmaa	3
Keski-Suomi	4
Kymenlaakso	2
Lappi	5
Pirkanmaa	6
Pohjanmaa	4
Pohjois-Karjala	2
Pohjois-Pohjanmaa	3
Pohjois-Savo	7
Päijät-Häme	2
Satakunta	6
Uusimaa	5
Varsinais-Suomi	3
Åland	1
Toimintaa useammassa maakunnassa	2
<b>Yhteensä</b>	<b>69</b>

<sup>7</sup> EkoCentria ja Kuntaliitto toteuttavat Lähiruokaa ammattikeittiöihin (Lähis) -hanketta (1.1.2013–30.6.2014), jonka rahoitus tulee maa- ja metsätalousministeriön lähiruokaohjelmasta. Hankkeen yhtenä tavoitteena oli selvittää yhteishankintayksiköiden lähiruokahankintojen ja kilpailuttamisen nykytilanne. EkoCentria osallistui yhdessä Ruralia-instituutin kanssa kyselylomakkeiden laatimiseen. Tämän käsillä olevan selvityksen tuloksia on raportoitu vastaavasti myös Lähis-oppaassa. Tutustu Lähis-oppaaseen internetissä: <http://flash.kunnat.net/2013/lahiruoka/>.

<sup>8</sup> Etelä-Savon osalta on hyödynnetty aikaisemman selvityksen (Määttä & Väisänen & Törmä, 2013) tuloksia, koska niissä oli mukana useampi hankintarengas/-yksikkö kuin tämän selvityksen yhteydessä toteutetun kyselyn tuloksissa. Lisäksi aikaisemman selvityksen yhteydessä saatiin useiden kysymysten kohdalla kattavammat tiedot hankinnoista kuin tämän selvityksen vastauksista. Tämän selvityksen kyselyyn saatiin Etelä-Savosta kaksi vastausta hankintarenkailta, jotka olivat mukana aikaisemmassa selvityksessä.

<sup>9</sup> Kanta-Hämeen osalta on hyödynnetty aikaisemman selvityksen (Määttä & Törmä, 2012b) tuloksia, koska niissä oli mukana useampi hankintarengas/-yksikkö kuin tämän selvityksen yhteydessä toteutetun kyselyn tuloksissa. Lisäksi aikaisemman selvityksen yhteydessä saatiin monilta osin kattavammat tiedot hankinnoista kuin tämän selvityksen vastauksista. Tämän selvityksen kyselyyn saatiin Kanta-Hämeestä kaksi vastausta.

## 3 SELVITYKSEN TULOKSIA MAAKUNNITTAIN

Tässä luvussa jokaisen maakunnan osalta kerrotaan aluksi lyhyesti ruoantuotannon keskeisimmistä toimialoista eli maataloudesta ja elintarviketeollisuudesta alueella. Sen jälkeen tuodaan esiin elintarviketurvityksille sekä hankintarenkaille ja -yksiköille lähetettyjen kyselyjen tuloksia. Lisäksi raportoidaan RegFin -aluemallilaskelmien tulokset maatalouden ja elintarviketeollisuuden aluetaloudellisista vaikutuksista maakunnittain. RegFin-mallista on tarkemmin tietoa raportin lopusta löytyvässä liitteessä 1.

Elintarvikkeita jalostaville yrityksille lähetettiin keväällä 2013 e-lomakekysely, jota täydennettiin puhelinhaastatteluilla. Tässä luvussa käydään läpi kyselystä saatuja tuloksia maakunnittain. Kanta- ja Päijät-Hämeen, Keski-Suomen sekä Varsinais-Suomen osalta tulokset perustuvat aikaisempien selvitysten (Määttä & Törmä, 2012a; 2012b; 2012c) yhteydessä tehtyihin kyselyihin.

Kaikkien maakuntien hankintarenkaille ja -yksiköille lähetettiin keväällä 2013 e-lomakekysely, jota täydennettiin puhelinhaastatteluilla. Tässä luvussa käydään läpi kyselystä saatuja tietoja muun muassa paikallisen ruoan käyttösuuksista sekä hankintarenkaiden ehdotuksia paikallisen ruoan lisäämiseksi julkisissa ammattikeittiöissä maa-

kunnittain. Paikallisella ruoalla tarkoitetaan tässä selvityksessä omassa maakunnassa tuotettua ruokaa.

Alueiden ruoantuotannon keskeisimpien toimialojen eli maatalouden ja elintarviketeollisuuden aluetaloudellisia vaikutuksia tarkastellaan suhteessa maakuntien talouteen ja työllisyyteen kerroinvaikutuksineen. Vaikutuksia talouteen tarkastellaan suhteessa bruttokansantuotteeseen eli BKT:hen prosenttiyksikköinä sekä miljoonina euroina. Työllisyysvaikutuksia tarkastellaan prosenttiyksikköinä ja henkilötyövuosina (htv). Koska kyse on koko ruokaketjun vaikutusten tarkastelusta, ei eri osien vaikutuksia voi laskea yhteen<sup>10</sup>. Maatalouden ja elintarviketeollisuuden toimialojen sisältö on tuotu tarkemmin esiin liitteessä 2.

Aluetaloudellisten vaikutusten arvioinnissa aluetalous palautetaan tilanteeseen, jossa tarkasteltavaa toimialaa ei ole lainkaan olemassa. Tällöin alueen koko elinkeinorakenne mukautuu tilanteeseen. Aluetalous etsii uuden tasapainon ilman tarkasteltavaa toimialaa. Erot muuttujien itseisarvoissa nykyiseen tilanteeseen verrattuna osoittavat toimialan vaikuttavuuden. Työvälineenä on RegFin-aluemalli.

<sup>10</sup> Ruokaketjun eri osien vaikutuksia ei voi laskea yhteen, koska se johtaisi kaksoislaskentaan koko aluetalouden sopeutuessa.

### 3.1 ETELÄ-KARJALA

#### 3.1.1 MAATALOUS JA ELINTARVIKE-TEOLLISUUS ETELÄ-KARJALASSA

Etelä-Karjalan maaseudun vahvuutena on elinvoimainen ympäristö ja luonto. Maatalous on kuitenkin vähentynyt rajusti. Maakunnassa oli vuonna 2010 noin 1700 maatilaa. Tilojen määrä on Euroopan unionin aikana vähentynyt 38 prosenttia; vuonna 1995 tiloja oli vielä yli 2800. Erityisesti lypsykarjatilojen määrä on vähentynyt vain kolmanneksen aiemmasta. Maatiloista eniten oli vuonna 2006 kasvintuotannon (47 %) ja maidontuotannon (23 %) tiloja. Keskimääräinen peltoala tiloilla on kasvanut vuosien 1995 – 2010 välisenä aikana alle 20 hehtaarista yli 32 hehtaariin. Maatalous työllisti Etelä-Karjalassa vuonna 2010 yhteensä 2279 henkilöä. (Etelä-Karjala tilastoina, 2014; Kaakkois-Suomen Ympäristökeskus, 2007; Maakuntaesite Etelä-Karjala, 2014).

Etelä-Karjalan maaseutu on jakaantunut kahteen tuotantoalueeseen. Lappeenrannan, Imatran ja näiden lähialueilta on lähdetty muualle töihin, ja monet tilat ovat siirtyneet kasvinviljelyyn. Alueen ilmasto ja maaperä antavat monipuoliselle viljelylle hyvät edellytykset. Maakunnassa kasvaa perunaa ja mansikkaa. Uutena on omena. Etelä-Karjalassa omenanviljelijöiden tavoitteena on laajentua manner-Suomen johtavaksi kotimaisen omenan tuotantoalueeksi. Maakunnassa ei ole enää maidonjalostusta, mutta maidontuotanto on kuitenkin säilyttänyt asemansa Savitaipaleella, Taipalsaarella ja Parikkalassa, joka on yksi Etelä-Suomen suurimmista maitopitäjistä. Teurastustoimintakin on laajemmassa mittakaavassa loppunut, ja alueella on vain muutama pienteurastamo. Maa- ja metsä-

talous on toimiville tiloille kuitenkin edelleen ratkaisevan tärkeä. Tilojen tuloista kolmannes kertyy sivuansioista. (Matilda, 2013; Maakuntaesite Etelä-Karjala, 2014).

Etelä-Karjalassa ollaan 2000-luvun alkupuolella tultu hieman jäljessä luomun suhteen verrattuna muuhun maahan (Etelä-Saimaa, 2009). Luomutuotanto on kuitenkin viime vuosina nostanut päätään maakunnassa ja on kasvussa koko Kaakkois-Suomen alueella. Etelä-Karjalassa toimi vuonna 2012 94 luomutilaa, joilla on luomussa tai siirtymävaiheessa yhteensä 4 100 peltohehtaaria. Oman maakunnan luomutuotteita on tällä hetkellä Etelä-Karjalan kaupoissa tarjolla kohtuullisesti. Erityisesti luomulihan ja luomumaitotuotteiden tuotantoa tulisi kuitenkin kasvattaa, että pystyttäisiin vastaamaan luomun kasvavaan kysyntään. Myös luomuvihannesten kysyntä on kasvussa. (Pro Luomu, 2013).

Itä-Suomi on uuniruoka-alueita, mikä näkyy myös eteläkarjalaisessa ruokaperinteessä. Ortodoksisen uskonnon ja Venäjän vaikutukset eteläkarjalaiseen ruokaperinteeseen ovat olleet merkittäviä. Perinteinen eteläkarjalainen rieska on hiivalla kohotettua ohraleipää. Toinen maakunnan kuuluisuus on viipurinrinkeli, joka oli entsaikojen markkinatuliainen. Rinkeliperinne elää yhä voimakkaana, erityisesti Lappeenrannan seudulla. Maakunnassa on kymmenkunta rinkeleitä paistavaa leipomoa, jotka myyvät tuotteitaan pääasiassa toreilla ja markkinoilla. (Ruokatieto, 2013b).

Elintarvikkeita valmistavien yritysten määrä on Etelä-Karjalassa laskenut vuodesta 2006 yhteensä 116 yrityksestä 93:een vuonna 2012. Yrityksistä noin 94 prosenttia oli alle 9 työntekijän yrityksiä. (Ruoka-Suomi, 2013). Elintarvikkeiden ja juomien jalostuksen henkilöstö oli Etelä-Karja-

**Taulukko 4.** Etelä-Karjalan elintarvikealan toimipaikat.

Toimiala	Toimipaikat 2013 (kpl) <sup>11</sup>	Toimipaikat 2012 (kpl) <sup>12</sup>
Teurastus, lihan käsittely ja lihatuotteiden valmistus	11	3
Kalan, äyriäisten ja nilviäisten jalostus ja säilöntä	8	7
Hedelmien ja kasvien jalostus ja säilöntä	14	2
Maitotaloustuotteiden valmistus	1	1
Mylly- ja tärkkelystuotteiden valmistus	10	2
Leipomotuotteiden, makaronien yms. valmistus	36	30
Muiden elintarvikkeiden valmistus	3	7
Juomien valmistus	10	3
<b>Yhteensä</b>	<b>93</b>	<b>55</b>

<sup>11</sup> Tiedot: Ruoka-Suomi 2013

<sup>12</sup> Tiedot: Toimiala Online 2013



Etelä-Karjalasta löytyy maitopitäjiä. (Kuva: Timo Suutari)

lassa vuonna 2011 yhteensä 857, ja alan liikevaihto oli noin 193 miljoonaa euroa. Elintarvikealan alatoimialoista eniten toimipaikkoja on leipomotuotteiden valmistuksessa. Se on elintarvikealan alatoimialoista myös suurin työllistäjä maakunnassa työllistäen 417 henkilöä. Myös muiden elintarvikkeiden valmistus työllistää henkilöstä maakunnassa merkittävästi, 369 henkilöä. Suurin liikevaihto on leipomotuotteiden valmistuksessa, noin 90,5 miljoonaa euroa. Muiden elintarvikkeiden valmistuksen liikevaihto on noin 90,2 miljoonaa. (Toimiala Online, 2013).

### 3.1.2 YRITYSKYSELYN TULOKSIA

Yrityskyselyyn vastasi Etelä-Karjalasta 24 elintarvikealan yritystä, joista yhdeksän yrityksen päätoimialana on leipomotuotteiden, makaronien ja vastaavien tuotteiden valmistus. Vastausten perusteella useat elintarvikeyritykset tuottavat päätoimialaansa kuuluvien tuotteiden lisäksi muihin alatoimialoihin<sup>13</sup> luettavia tuotteita. Raportoiduissa tuloksissa on huomioitu kaikkien yritysten vastaukset riippumatta siitä, kuinka suuri osa yrityksen liikevaihdosta kertyy kyseiseltä alatoimialalta. Jos tuloksissa huomioitaisiin ainoastaan yritysten päätoimialojaan koskevat vastaukset, koko maa-

kuntaa koskevat tulokset eivät muuttuisi olennaisesti<sup>14</sup>.

Etelä-Karjalan elintarvikealan yritykset ostavat noin 22 prosenttia tuotantonsa raaka-aineista oman maakuntansa alueelta. Muualta Suomesta ostetaan noin 63 prosenttia ja ulkomailta noin 14 prosenttia raaka-ainehankinnoista. Erityisesti mylly- ja tärkkelystuotteiden valmistuksessa omassa maakunnassa tuotettujen raaka-aineiden osuus on huomattava (kuvio 1). Juomien valmistuksessa käytetään vähiten oman maakunnan alueella tuotettuja raaka-aineita ja vastaavasti eniten ulkomaisia raaka-aineita.

Elintarvikeyritykset arvioivat, että omassa maakunnassa tuotettujen raaka-aineiden merkitys ei ole tulevaisuudessa vähenemässä. Suurin osa (82 %) yrityksistä arvioi, että omassa maakunnassa tuotettuja raaka-aineita ostetaan tulevaisuudessa saman verran kuin tälläkin hetkellä. Vastaajista

<sup>14</sup> Jos tuloksissa huomioitaisiin vain yritysten päätoimialojaan koskevat vastaukset, yrityksissä tuotettujen elintarvikkeiden myynnin kohdistumista kuvaavat tulokset eivät muuttuisi käytännössä lainkaan. Useimmilla alatoimialoilla oman maakunnan osuus raaka-aineistoista olisi raportoitua suurempi, mutta koko maakunnan raaka-aineistoista edelleen noin viidennes kohdistuisi omaan maakuntaan. Tämä johtuu siitä, että suuri osa kyselyyn vastanneista yrityksistä tuottaa leipomotuotteita ja tällä alatoimialalla oman maakunnan osuus raaka-aineistoista ei olisi raportoitua osuutta suurempi, jos tuloksissa huomioitaisiin vain alalla päätoimisesti toimivat yritykset. On myös syytä huomata, että näin toimittaessa alatoimialojen tulokset perustuisivat yleensä vain kahden, kolmen yrityksen vastauksiin.

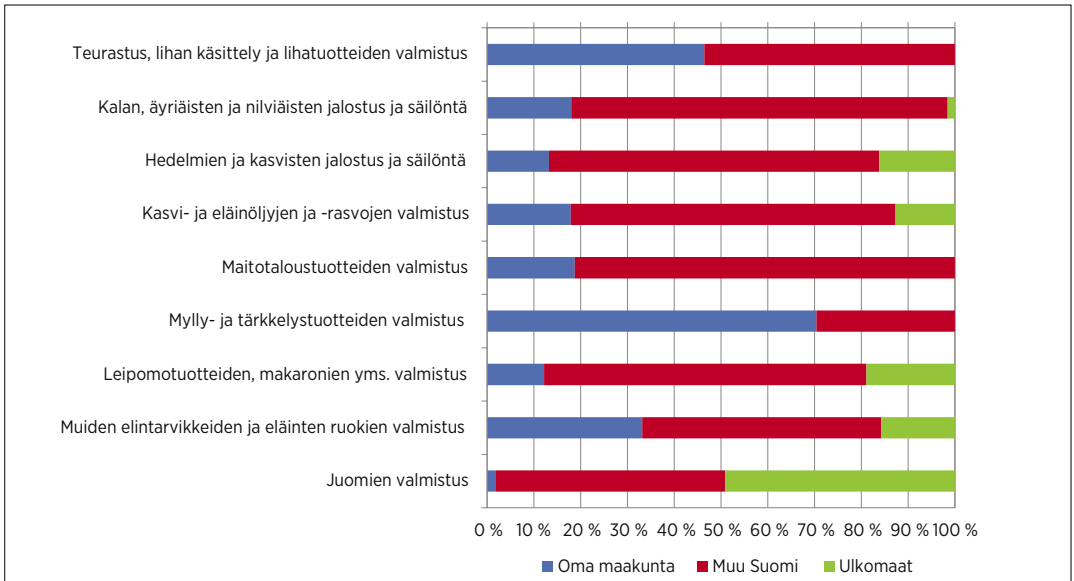
<sup>13</sup> Alatoimialoja ovat lihatuotteiden valmistus, kalan jalostus, jne.

18 prosenttia kertoi, että oman maakunnan osuus raaka-aineistoista kasvaa tulevaisuudessa. Vastauksissa kiinnitettiin huomiota siihen, että kaikkia tarvittavia raaka-aineita ei tuoteta omassa maakunnassa tai raaka-ainetuotannon määrä ei riitä kattamaan yritysten tarpeita. Lisäksi osa raaka-aineista hankitaan lähialueelta, mutta maakuntarajan ylittäen, eli kilometreissä mitattuna kuitenkin melko läheltä.

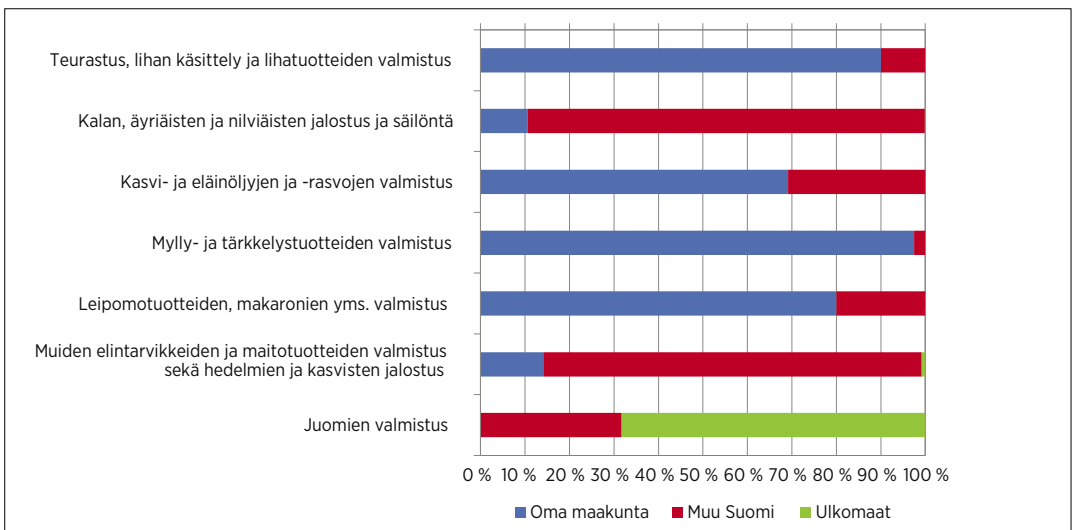
Etelä-Karjalassa tuotettujen elintarvikkeiden myynti kohdistuu etupäässä kotimaan markkinoille: lähes 90 prosenttia tuotteista myydään Suomeen. Tuotannosta noin 39 prosenttia myydään

oman maakunnan alueelle ja 50 prosenttia muualle Suomeen. Oman maakunnan sisälle myydään etenkin mylly- ja tärkkelystuotteita sekä lihatuotteita (kuvio 2). Vain juomien valmistuksen toimialalla ulkomaan kaupalla on merkittävä osuus, sillä lähes 70 prosenttia valmiista tuotteista myydään ulkomaille.

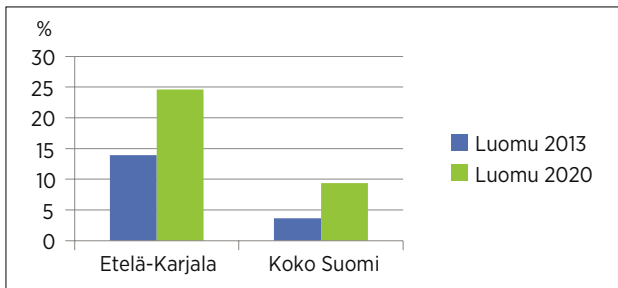
Etelä-Karjalan elintarvikeyritykset myyvät tuotteitaan eniten tukkumyyntiin (41 % liikevaihdosta) ja vähittäiskaupoille (30 % liikevaihdosta). Suoramyyntin osuus on 16 prosenttia ja ruokapalveluiden 13 prosenttia liikevaihdosta. Vastauksissa huomautettiin, että myyntikanavien osuudet voi-



**Kuvio 1.** Etelä-Karjalan elintarvikeyritysten raaka-aineostojen jakautuminen eri alueille.



**Kuvio 2.** Etelä-Karjalan elintarvikeyritysten myynnin jakautuminen eri alueille.



**Kuvio 3.**

Etelä-Karjalan elintarvikeyritysten luomutuotannon osuus vuosina 2013 ja 2020.

vat vaihdella vuosittain ja myös kauden aikana voi tapahtua nopeitakin muutoksia.

Luomutuotteiden osuus Etelä-Karjalan elintarvikeyritysten tuotannosta on nykyisin noin 14 prosenttia (kuvio 3). Yritykset arvioivat luomutuotannon vahvistuvan: yritykset ennustavat, että vuonna 2020 noin neljännes liikevaihdosta kertyy luomutuotannosta.

Luomutuotantoon liittyvissä vastauksissa elintarvikeyritykset toivat esiin käytännön ongelmia:

*”Käytettäisiin luomua, mutta vaatisi liian suuria investointeja, koska pitäisi käytännössä olla kahdet tilat joissa tehdä ja kaksi erillistä keittiötä. Niin tarkkaa on tuon luomun kanssa että saa virallisesti luomuksi sanoa.”*

(Leipomotuotteiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Etelä-Karjala)

*”Suomessa tehty kieli poskessa noita luomuvalintoja, kyse enemmänkin että paperit on kunnossa, mitä siitä onko todella tuotanto luomun mukaista. - Keski-Euroopasta, esim. Saksasta on paljon kyselyt meidän [tuotetta] luomu [tuotteena], että kun sehän on niin puhdasta suomalainen, että eikö se menisi luomusta.. Joutunut sitten vain selittämään, että eipä se mene, kun ei ole merkkiä haettu. Ulkomailla on niin eri kriteerit luomun suhteen kun kotimaassa.”*

(Muiden elintarvikkeiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Etelä-Karjala)

*”--mielestäni tyystin luonnonmukaisesti tuotettu kala, mutta ei voida luomuna myydä kun vedessä ui myös muita kaloja. Tälle asialla pitäisi saada muutosta aikaan.”*

(Kalanjalostaja, alle kymmenen työntekijää, Etelä-Karjala)

Etelä-Karjalan elintarvikeyrityksistä 61 prosenttia arvioi liikevaihtonsa kasvavan vuoteen 2020 ulottuvalla jaksolla. Yrityksistä 22 prosenttia ennakoii

liikevaihdon pysyvän nykyisellä tasolla, ja 17 prosenttia arvioi liikevaihdon pienenevän. Useimmat yritykset ennustivat vuoteen 2020 mennessä alle 30 prosentin kasvua eli maltillista vuosittaista kasvua. Vastaajista löytyi myös yrityksiä, jotka arvioivat liikevaihtonsa jopa kaksinkertaistuvan vuoteen 2020 mennessä. Liikevaihtonsa muutosta arvioineiden yritysten yhteenlaskettu liikevaihto kasvaisi arvioiden mukaan noin 50 prosenttia<sup>15</sup> ajanjaksolla 2013–2020. Vastauksissa kuitenkin muistutettiin arvioinnin vaikeudesta:

*”Kahdeksan vuoden jakso on aivan liian pitkä edes heittämällä arvioida liiketoiminnan kehitymistä millään tavalla. Vuonna 2007 syksyllä olisin vastannut 10–30 % ja olisin ollut niin kuutamolla. Muutokset raaka-aineissa ja kuluttaja käyttäytymisessä (karppaus, yms) ovat nykyisin hillittömän nopeita.”*

(Leipomotuotteiden valmistaja, alle 30 työntekijää, Etelä-Karjala)

Merkittävimmät Etelä-Karjalan elintarvikeyrityksiin vaikuttavat lähitulevaisuuden muutostrendit liittyvät vastausten perusteella etenkin kulutusikäytymiseen ja maailmanmarkkinoihin. Kulutuskäytymisen muutokset ilmenevät kotimaisen ruoantuotannon ja lähiruoan arvostuksessa, kotona tapahtuvan ruoanlaiton suosiossa sekä uusien tuotteiden ja kulutustrendien syntymisessä (kuten vähähiilihydraattisten tuotteiden suosiminen). Lisäksi vastauksissa kiinnitettiin huomiota puhtaasti ja kestävästi tuotettujen, jäljitettävien ja terveellisten elintarvikkeiden kysyntään, johon

<sup>15</sup> Muutaman yrityksen kohdalla toiminta saattaa päättyä tarkastelujakson aikana, ellei yritys saa toiminnalleen jatkajaa. Tällaisissa tilanteissa yksiselitteisen vastauksen antaminen on ongelmallista. Niiden kohdalla toiminta voi esimerkiksi jatkaa nykyisenkaltaisena, kunnes vuoteen 2020 mennessä liikevaihtoa ei ole enää lainkaan – tai uusi yrittäjä jatkaa toimintaa. Tästä johtuen alan kasvuprosentti voi olla muutaman prosenttiyksikön verran pienempi kuin raportoitu, vastausten perusteella laskettu kasvuprosentti. Yleisesti voidaan kuitenkin todeta, että elintarvikeyritysten liikevaihdon ennakoitua kasvavan tulevina vuosina muutaman prosentin vuosivauhdilla.





Suomalainen luonto koetaan tärkeäksi säilyttää. (Kuva: Outi Hakala)

liittyy myös tuotannon sertifiointin tarve. Vastauksissa tuotiin esiin se, että raaka-aineiden ja tuotettujen elintarvikkeiden hinta riippuu maailmanmarkkinoiden kehittymisestä. Joidenkin yritysten kohdalla kansainvälistyminen ja ulkomaisen kysynnän kehittyminen ovat ajankohtaisia kysymyksiä. Vastauksista ilmeni myös huoli kasvupaineista ja yritystoiminnan kannattavuuskehityksestä, joka voi osin riippua poliittisista ratkaisuksista. Merkittävimpien muutostrendien joukkoon nimettiin lisäksi vesistöjen pilaantuminen, josta voi aiheutua suurta haittaa elintarvikkeiden tuottajille. Merkittävimpien muutostrendien nimeämisen lisäksi vastauksissa tuotiin esiin elintarviketuotannon välttämättömyys:

*"Ihmisten on syötävä, joten en usko, että trendit vaikuttavat hirveesti."*

(Kalanjalostaja, alle kymmenen työntekijää, Etelä-Karjala)

Yhteiskuntavastuuseen liittyvät kysymykset koetaan tärkeiksi Etelä-Karjalan elintarvikeyrityksissä. Ympäristövastuu on erittäin tärkeää 63 prosentille ja melko tärkeää 33 prosentille yrityksistä. Elintarvikeyritykset huomioivat ympäristövastuuta monin tavoin, esimerkiksi suosimalla suomalaisia raaka-aineita, tuottamalla luomutuotteita, käsittelemällä jätteet asianmukaisesti, hyödyntämällä uusiokäyttöisiä tuotteita, suojelemalla vesis-

töjä, suunnittelemalla logistiikkaansa sekä valitsemalla puhtaampia energiantuotantotapoja.

Vastausten perusteella ympäristövastuun huomioiminen on yrityksille luonnollinen osa arkipäivän toimintaa. Haitallisia ympäristövaikutuksia pyritään välttämään kaikessa toiminnassa.

*"Olemme hyvin tärkeä lenkki Suomen luontoa ja kokonaisuutta."*

(Muiden elintarvikkeiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Etelä-Karjala)

*"Koetamme toimia mahdollisimman ympäristöystävällisesti. Asia otetaan huomioon aina tehdessä päätöksiä."*

(Leipomotuotteiden valmistaja, alle 30 työntekijää, Etelä-Karjala)

*"Ei millään erityisillä tavoilla, kaikki on niin rutiinia, mitä ympäristön puhtauden eteen tehdään."*

(Juomien valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Etelä-Karjala)

*"Kaikki mitä menee ulos: tuotteet ja jätevesi ym. tarkastettu, ettei haitallisia vaikutuksia ympäristölle."*

(Juomien valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Etelä-Karjala)



Päiväkodin lapsia ruokailemassa. (Kuva: EkoCentria/Tero Takalo-Eskola)

Myös vastuu paikallisyhteisöstä on tärkeää Etelä-Karjalan elintarvikeyrityksille: erittäin tärkeää 33 prosentille, melko tärkeää 38 prosentille ja tärkeää 21 prosentille yrityksistä. Käytännössä vastuu paikallisyhteisöstä näkyy esimerkiksi siinä, että yritykset hankkivat raaka-aineensa läheltä, työllistävät paikallisia ihmisiä ja tekevät yhteistyötä alueen muiden yritysten kanssa.

*”Toimimme pienellä paikkakunnalla ja ymmärrämme että teemme oman osamme mahdollisuuksien mukaan paikkakunnan hyväksi.”*

(Leipomotuotteiden valmistaja, alle 30 työntekijää, Etelä-Karjala)

*”Yhteistyö paikallisten toimijoiden ja muiden leipomoiden kanssa, tavaroiden lainausta ym. Asiakashan se valitsee keneltä ostaa, minusta ei ole mitään syytä olla tekemättä yhteistyötä.”*

(Leipomotuotteiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Etelä-Karjala)

Neljännes Etelä-Karjalassa toimivista elintarvikeyrityksistä on vastannut julkisen sektorin tarjous-

pyyntöön. Kaikki tarjoukset on tehty yksin, ei siis yhteistyössä muiden yritysten kanssa. Julkisen sektorin tarjouspyyntöön ei ole vastattu, koska se ei ole ollut yrityksen toiminnan kannalta ajankoh- taista, tarjouspyyntöä ei ole yrityksille esitetty tai yrityksen tuottamat tuotteet eivät sovellu julkisen sektorin käyttöön. Vastauksissa kiinnitettiin huomiota tarjouspyyntöjen kiinnostavuuteen ja annettiin myös kehittämis ehdotus:

*”Käy muutenkin kaupaksi ja kate liian pieni”*

(Lihat tuotteiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Etelä-Karjala)

*”Ota huomioon toimituspaikkojen määrän ja tarjouksen sisältämän työmäärän eivät ne aina ole kiinnostavia. Luulen että leipomotuotteiden osalta kunnat saisivat edullisemmin laadukkaita tuotteita käyttämällä keskuskeittiöihin sitä varten palkattuja ammattilaisia ostosopimusten tekoon.”*

(Leipomotuotteiden valmistaja, alle 30 työntekijää, Etelä-Karjala)

Vastauksista voidaan päätellä myös, että osa yrityksistä ei tunne julkista hankintaprosessia, esi-



merkiksi julkisten hankintojen ilmoituspalvelu Hilma<sup>16</sup> on monille edelleen vieras. Vastauksista ilmenee myös, että yrityksillä on kiinnostusta yhteistyöhön, jotta toimituskapasiteetti saataisiin julkisen sektorin tarjouspyyntöjen edellyttämälle tasolle.

*”Esim. yhteisten tarjousten tekeminen ja verkostoituminen voisi olla hyvä asia! Pieniä leipomoita kuitenkin yritetään ajaa alas, joten mielestäni ei olisi ollenkaan huono asia tehdä yhteistyötä.”*

(Leipomotuotteiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Etelä-Karjala)

*”Ja olisi mahdollista tehdä myös yhteistyötä muiden toimijoiden kanssa alueella esim. suuremmille hankintarenkaille toimittamiseksi.”*

(Leipomotuotteiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Etelä-Karjala)

### 3.1.3 HANKINTARENKAILLE JA -YKSIKÖILLE LÄHETETYN KYSELYN TULOKSIA

Etelä-Karjalasta hankintarengaskyselyyn saatiin kaksi vastausta<sup>17</sup>. Etelä-Karjalan hankintarenkaiden ja -yksiköiden elintarvikehankinnoista noin kolme prosenttia ostetaan oman maakunnan alueelta (kuvio 5). Muualta Suomesta ostetaan noin 69 prosenttia ja ulkomailta noin 28 prosenttia elintarvikehankinnoista. Kyselyyn vastanneet hankintarenkaat ostavat omasta maakunnasta elintarvikkeita vuosittain noin 0,2 miljoonan euron arvosta. Oman maakunnan alueelta ostetaan etenkin kasviksia, juureksia ja marjoja sekä tuoretta leipää ja kananmunia.

Kyselyyn vastanneen laajemman hankintarenkaan arvion mukaan oman maakunnan osuus hankinnoista kasvaa kymmeneen prosenttiin vuoteen 2020 mennessä. Myös ulkomaisen tuonnin osuuden arvioitiin kasvavan hieman nykytilanteeseen verrattuna. Kehitys on samansuuntaista kuin Suomessa yleisemminkin. Oman maakunnan tuotteiden osuus Etelä-Karjalan hankintarenkaiden elintarvikehankinnoista on kuitenkin hieman pienempi kuin koko Suomessa keskimäärin.<sup>18</sup>

Tällä hetkellä Etelä-Karjalan julkinen sektori ostaa luomutuotteita hyvin vähän tai ei lainkaan (kuvio 6). Arvion mukaan luomutuotteiden osuus hankinnoista kuitenkin kasvaa viiteen prosenttiin vuoteen 2020 mennessä<sup>19</sup>.

Lähiruoan suosion kehittyminen mainittiin merkittävimmäksi kehitystrendiksi, joka vaikuttaa elintarvikehankintoihin vuoteen 2020 ulottuvalla jaksolla. Suunnittelukokoukset ruokapalveluvastaavien ja alueen elintarvikeyritysten kanssa olivat Etelä-Karjalassa käytössä jo tällä hetkellä. Lisäksi julkisten ruokapalveluiden hankintaosaamisen edistämiseen tähtäävä KeHa-hanke<sup>20</sup> ja yhteistyö MTK:n kanssa nimettiin tärkeiksi keinoiksi, joiden avulla voidaan kolmikantayhteistyötä yhteishankintayksiköiden, ruokapalveluiden ja elintarvikeyritysten välillä tiivistää. Lopuksi todettiin, että lähiruoan osuutta julkiskeittöiden hankinnoista voitaisiin tulevaisuudessa edistää parhaiten siten, että elintarviketuottajat verkostoituisivat ja erikoistuisivat. Yhteistyö ja tiedottaminen nähtiin myös tärkeiksi keinoiksi, joilla voidaan kasvattaa lähiruoan osuutta julkisista elintarvikehankinnoista.

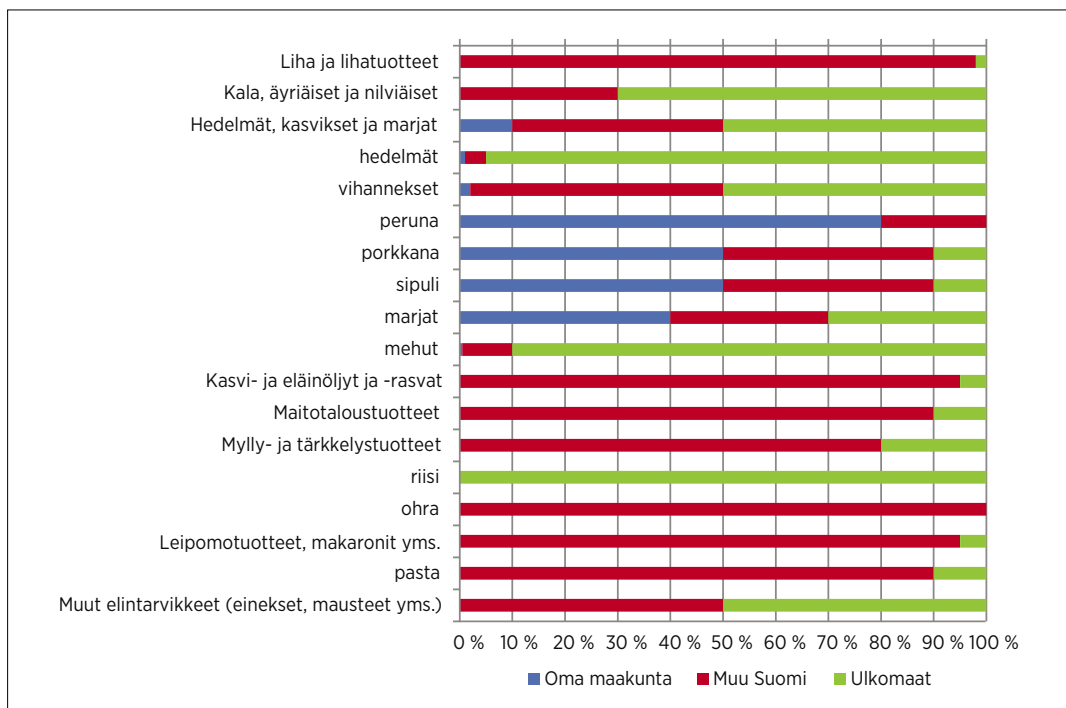
<sup>16</sup> HILMA on työ- ja elinkeinoministeriön ylläpitämä maksuton, sähköinen ilmoituskanava, jossa hankintayksiköt ilmoittavat julkisista hankinnoistaan. Yritykset puolestaan saavat HILMAsta reaaliaikaista tietoa käynnissä olevista hankintamenettelyistä ja ennakotietoa tulevista hankinnoista. Julkisilla hankinnoilla tarkoitetaan sellaisia tavara-, palvelu- ja rakennusurakkahankintoja, joita valtio, kunnat ja kuntayhtymät, valtion liikelaitokset sekä muut hankintalainsäädännössä määritellyt hankintayksiköt tekevät oman organisaationsa ulkopuolelta. Julkiset hankinnat tulee tehdä hankintalainsäädännössä säädettyjä menettelytapoja noudattaen. Sääntelyn tavoitteena on tehostaa julkisten varojen käyttöä. Tämän vuoksi hankinnat on pääsääntöisesti kilpailutettava avoimesti ja tehokkaasti, ja kilpailuun osallistuvia yrityksiä on kohdeltava tasapuolisesti ja syrjimättömästi. (<http://www.hankintailmoitukset.fi/fi/>)

<sup>17</sup> Ainoastaan toinen hankintarengaskyselyyn vastanneista ilmoitti toimialakohtaisesti (esim. lihatuotteet, kalatuotteet), missä suhteessa elintarvikehankinnat ostetaan omasta maakunnasta, muualta Suomesta tai ulkomailta. Lähes kaikki Etelä-Karjalan kunnat kuuluvat tähän hankintarengaskaaseen, joten toimialakohtaiset luvut esitetään, vaikka ne perustuvat vain yhden vastaajan antamiin tietoihin.

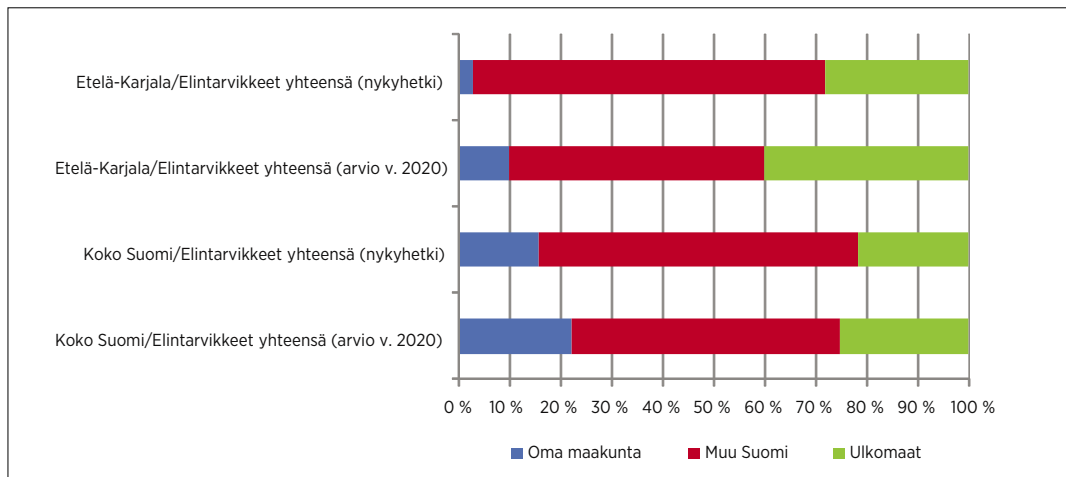
<sup>18</sup> Etelä-Karjalan hankintarenkaiden hankintojen jakautuminen eri alueille nykytilanteessa perustuu kummankin vastaajan antamiin tietoihin. Vuoden 2020 vastaavaa jakaamaa arvioi ainoastaan hankintarengas, joka vastaa suurimmasta osasta maakunnan elintarvikehankintoja.

<sup>19</sup> Ainoastaan toinen vastaajista arvioi luomuhankintojensa osuuden. Yksittäinen vastaus on raportoitu, koska kyseinen hankintarengas vastaa suurimmasta osasta maakunnan elintarvikehankintoja.

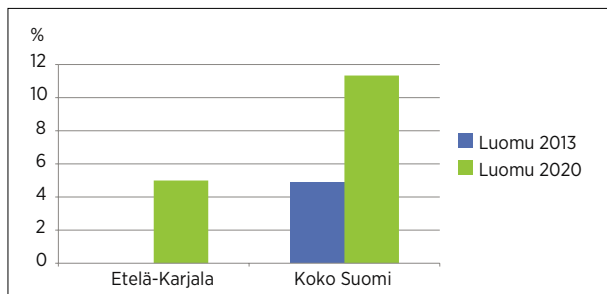
<sup>20</sup> KeHa eli Kestävät hankinnat -hankkeen tavoitteena on julkisten ruokapalveluiden hankintaosaamisen edistäminen. Hankkeessa pureudutaan siihen, että julkisissa ruokapalveluissa osataan ja voidaan tulevaisuudessa hankkia elintarvikkeita kestävästi. Kestävillä hankinnoilla tarkoitetaan luonnonmukaista, kasvispohjaista ja sesonginmukaista ruokaa. Pitkän tähtäimen hyötynä on edellä mainittujen kestävien elintarvikehankintojen yleistymisen julkisissa ruokapalveluissa sekä näiden kilpailutuksessa tarvittavan tiedon käytettävyyden helpottaminen sekä lisääminen. Hankkeen vastuullinen toteuttaja on Savon koulutus- ja kuntayhtymän Savon ammatti- ja aikuisopiston EkoCentria yhteistyökumppaneinaan MTK, MTT sekä viestintätoimisto Kuule Oy. (<http://www.kestavat-hankinnat.fi/>)



**Kuvio 4.** Etelä-Karjalan hankintarenkaiden ja -yksiköiden hankintojen jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille.<sup>21</sup>



**Kuvio 5.** Etelä-Karjalan hankintarenkaiden ja -yksiköiden hankintojen jakautuminen eri alueille vuosina 2013 ja 2020.



**Kuvio 6.** Etelä-Karjalan hankintarenkaiden ja -yksiköiden luomuhankintojen osuus vuosina 2013 ja 2020.

<sup>21</sup> Vastaaja ilmoitti, että heidän hankinnoissaan ei ole mainittavasti tuotteita, jotka kuuluvat toimialaan alkoholipitoiset juomat sekä virvoitusjuomat.

### 3.1.4 MAATALOUDEN JA ELINTARVIKE-TEOLLISUUDEN ALUETALOUDELLISET VAIKUTUKSET

#### 3.1.4.1 Nykytilanteen vaikutukset

Tulosten perusteella maataloudella on vaikutusta Etelä-Karjalan talouteen, mutta sitäkin enemmän maakunnan työllisyyteen. Maatalouden vaikutus Etelä-Karjalan BKT:hen on noin 2,1 prosenttiyksikköä eli noin 88 miljoonaa euroa. Maatalouden vaikutus maakunnan työllisyyteen on noin 4,6 prosenttiyksikköä, mikä käsittää 2 645 henkilötyövuotta.

Elintarviketeollisuudella on maataloutta suurempi vaikutus Etelä-Karjalan talouteen, mutta pienempi työllisyyteen. Tähän vaikuttaa muun muassa alojen erot työ- ja pääomavaltaisuuden suhteen. Elintarvikkeiden ja juomien valmistuksen vaikutus maakunnan BKT:hen on reilut 4 prosenttiyksikköä, mikä tarkoittaa noin 175 miljoonaa euroa. Elintarviketeollisuuden vaikutus Etelä-Karjalan työllisyyteen on noin 2,9 prosenttiyksikköä eli 1 626 henkilötyövuotta. Elintarviketeollisuuden alatoimialoista suurin vaikutus Etelä-Karjalan talouteen ja työllisyyteen on leipomotuotteiden valmistuksella, jonka vaikutus maakuntaan on noin 87 miljoonaa euroa ja 779 henkilötyövuotta. Lähes yhtä suuri vaikutus on muiden elintarvikkeiden valmistuksella, noin 82 miljoonaa euroa ja 743 henkilötyövuotta. Vastaavasti maitotuotteiden, myllytuotteiden ja eläinten ruokien valmistusta ei juuri ole maakunnassa, joten niiden vaikutus Etelä-Karjalan talouteen ja työllisyyteen jää hyvin pieneksi.

Elintarviketeollisuuden työllisyyskerroin Etelä-Karjalassa on 1,7. Näin ollen yksi elintarviketeollisuuden työntekijä työllistää 0,7 muuta, joista 0,6 kohdistuu muuhun ruokaketjuun ja loput muihin toimialoihin. Maatalouden työllisyyskerroin on 1,0, jonka mukaan maatalouden työntekijä ei luo kerroinvaikutusten kautta lisää työpaikkoja. Tämä johtuu muun muassa vuodoista alueen ulkopuolelle.

#### 3.1.4.2 Tulevaisuuden vaikutukset

Etelä-Karjalasta kyselyyn vastanneet hankintarenkaat ilmoittivat hankkivansa tällä hetkellä vain kolme prosenttia elintarvikkeista omasta maakunnasta. Hankintarenkaat arvioivat, että vuonna 2020 oman maakunnan hankintojen osuus olisi noin 10 prosenttia eli lähituotteiden hankinnassa olisi odotettavissa melko suurta kasvua. Tällä hetkellä hankintarenkaiden elintarvikkeiden kokonaishankintojen arvo oli noin 7,84 miljoonaa euroa, joista oman maakunnan hankintoihin käytettiin 235 000 euroa. Tulevaisuudessa oman maakunnan elintarvikehankintojen arvo nousisi 784 000 euroon. Muutos oman maakunnan tuotteisiin käytetyssä rahamäärässä olisi siis noin 550 000 euroa.

Jos Etelä-Karjalan hankintarenkaat käyttäisivät siis arvioidun 0,55 miljoonaa euroa lisää oman maakunnan elintarvikehankintoihin, vaikuttaisi se alueen työllisyyteen noin seitsemän henkilötyövuotta (talukko 6). Näin ollen sataatuhatta euroa kohden, joka käytetään paikallisten elintarvikkeiden

**Taulukko 5.** Maatalouden ja elintarviketeollisuuden vaikutukset Etelä-Karjalassa.

Toimiala	BKT (%-yksikköä)	BKT (milj. euroa)	Työllisyys (%-yksikköä)	Työllisyys (htv)
<b>MAATALOUS</b>	<b>2,09</b>	<b>87,77</b>	<b>4,63</b>	<b>2645</b>
Lihanjalostus ja teurastus	0,03	1,45	0,07	41
Kalanjalostus	0,03	1,33	0,03	14
Hedelmien, marjojen ja vihannesten jalostus	0,05	2,02	0,05	29
Maitotuotteiden valmistus	0,00	0,00	0,00	1
Myllytuotteiden valmistus	0,01	0,23	0,01	3
Leipomotuotteiden valmistus	2,08	87,17	1,36	779
Muu elintarvikkeiden valmistus	1,95	81,99	1,30	743
Eläinten ruokien valmistus	0,00	0,01	0,00	2
Juomien valmistus	0,01	0,51	0,02	12
<b>ELINTARVIKETEOLLISUUS YHTEENSÄ</b>	<b>4,16</b>	<b>174,72</b>	<b>2,85</b>	<b>1626</b>

den oston, vaikutetaan maakunnan työllisyyteen 1,3 henkilötyövuoden verran, kun otetaan huomioon myös kerroinvaikutukset. Työllisyysvaikutusten lisäksi paikallisten elintarvikkeiden käyttö julkisissa keittiöissä vaikuttaa myös alueen talouteen. Etelä-Karjalan osalta vaikutus bruttokansantuotteeseen olisi 0,5 miljoonaa euroa, jos julkisia elintarvikehankintoja kohdistettaisiin omaan maakuntaan lisää 0,55 miljoonaa euroa.

**Taulukko 6.** Tulevaisuuden (v. 2020) vaikutukset Etelä-Karjalan työllisyydelle ja taloudelle nykytilanteeseen nähden.

	Paikallisten tuotteiden käytön vaikutukset
Vaikutus työllisyyteen (htv)	7
Vaikutus työllisyyteen (htv) / 100 000 €	1,3
Vaikutus BKT:hen (milj. €)	0,5

## 3.2 ETELÄ-POHJANMAA

### 3.2.1 MAATALOUS JA ELINTARVIKE-TEOLLISUUS ETELÄ-POHJANMAALLA

Etelä-Pohjanmaa on tunnettu yrittäjyysmaakunta, jossa maatalous ja elintarvikkeiden valmistus ovat tärkeässä asemassa elinkeinorakennetta tarkasteltaessa. Etelä-Pohjanmaalla oli vuonna 2011 yli 6 800 maatilaa, eli noin 11 prosenttia koko Suomen maataloista sijaitsee Etelä-Pohjanmaan maakunnassa, vaikka koko Suomen väestöstä alle neljä prosenttia asuu maakunnassa. Maataloista yli 3 600 oli viljanviljelytiloja, toiseksi eniten oli lypsytaloja, noin 1 100 tilaa. Yleisenä trendinä niin Etelä-Pohjanmaalla kuin koko Suomessa on ollut tilojen lukumäärän väheneminen ja tilakokojen kasvaminen. (Tilastokeskus, 2013; Etelä-Pohjanmaan maaseudun kehittämisstrategia 2014–2020, 2012; Pellolta pöytään -ketju, 2010).

Luumutuotanto on viime vuosina lisääntynyt Etelä-Pohjanmaalla melko paljon, mm. vuonna 2012 Pro Luomu raportoi 16 prosentin kasvua luomutilojen määrässä. Etelä-Pohjanmaalla oli tuoloin 362 luomutilaa ja yhteensä yli 18 000 hehtaaria luomupeltoa. Tätä suurta kasvua selittää osaltaan maakunnan melko alhainen lähtötaso. Luomutilojen määrä koko maakunnan tiloista nousi hieman yli viiteen prosenttiin, mikä on jonkin verran jäljessä koko maan tasoa (7 %). Etelä-Pohjanmaalla tuotetaan luomuna myös maitoa, kananmunia sekä naudan- ja lampaanlihaa. (Pro Luomu, 2012).

Elintarviketeollisuus on Etelä-Pohjanmaalla merkittävä toimiala, sillä se oli tuotannon bruttoarvoltaan toiseksi suurin teollisuudenala vuonna 2007. Elintarviketeollisuus oli myös viennin arvolla mitattuna maakunnan toiseksi suurin toimi-



Etelä-Pohjanmaalta löytyy paljon myös sikatiloja. (Kuva: Juha Kullas)

ala, vaikka lukumääräisesti vientikauppaa käyviä elintarvikealan yrityksiä ei maakunnassa monia olekaan. Etelä-Pohjanmaalle tärkeitä alatoimialoja ovat erityisesti teurastus ja lihanjalostus sekä maitotaloustuotteiden valmistus. Elintarviketeollisuudessa suuryritysten tekemät alueelliset investoinnit tuovat positiivista virettä ja luovat myös uusia työpaikkoja. Merkittävimmät viime vuosien investoinnit ovat olleet Atrian avaama uusi nautateurastamo Kauhajoella ja Valion 36 miljoonan euron investoinnit Seinäjoen tehtaan rahkantuotannon

**Taulukko 7.** Etelä-Pohjanmaan elintarvikealan toimipaikat.

Toimiala	Toimipaikat 2013 (kpl) <sup>22</sup>	Toimipaikat 2012 (kpl) <sup>23</sup>
Teurastus ja lihanjalostus	11	18
Kalanjalostus	4	3
Hedelmien ja kasvien jalostus ja säilöntä	29	14
Maitotaloustuotteiden valmistus	6	6
Mylly- ja tärkkelystuotteiden valmistus	4	9
Leipomotuotteiden, makaronien yms. valmistus	47	50
Muiden elintarvikkeiden valmistus	10	17
Juomien valmistus	8	9
<b>Yhteensä</b>	<b>119</b>	<b>126</b>

<sup>22</sup> Tiedot: Ruoka-Suomi 2013.

<sup>23</sup> Tiedot: Toimiala Online 2013.



Alkupaloja paikallisista raaka-aineista. (Kuva: Jari Viitaharju)

laajentamiseksi. Elintarvikeklusterin merkitystä niin kansallisella kuin kansainväliselläkin tasolla nostaa myös kone- ja laiterakennuksen keskittymä maakunnassa. (Alueelliset kehitysnäkymät syksyllä 2013, 2013; Etelä-Pohjanmaan maaseudun kehittämisstrategia 2014–2020, 2012).

### 3.2.2 YRITYSKYSELYN TULOKSIA

Etelä-Pohjanmaalta yrityskyselyyn vastasi 37 yritystä. Eniten vastauksia saatiin leipomotuotteita, makaroneja ja vastaavia tuotteita valmistavilta yrityksiltä (11 vastausta). Loput vastaukset jakautuivat melko tasaisesti eri alatoimialoille.

Etelä-Pohjanmaan elintarvikeyritykset ostavat keskimäärin puolet (noin 51 %) alkutuotannon raaka-aineistaan omasta maakunnasta. Muualta Suomesta ostetaan noin 45 prosenttia raaka-aineista. Ulkomailta ostetaan puolestaan hieman yli kolme prosenttia alkutuotannon raaka-aineista. Paikallisten raaka-aineiden käyttösuuksissa on kuitenkin selviä eroja toimialojen välillä. Etelä-Pohjanmaalla hedelmien, kasvien ja marjojen jalostajat ostavat eniten alkutuotannon raaka-aineita omasta maakunnasta, lähes sata prosenttia (kuviot 7). Myös lihan- ja kalanjalostajat sekä maito- ja mulluotuotteiden valmistajat ostavat yli puolet alkutuotannon raaka-aineista omasta maakunnasta. Vähiten oman maakunnan raaka-aineita käyttävät leipomotuotteiden valmistajat, hieman alle 20 prosenttia. Eniten ulkomaisia raaka-aineita käyttävät kalanjalostajat sekä muiden elintarvikkeiden val-

mistajat: noin kolmannes raaka-aineista ostetaan ulkomailta.

Suurin osa, noin 88 prosenttia kyselyyn vastanneista arvioi paikallisten raaka-aineiden käytön pysyvän nykyisellä tasolla myös tulevaisuudessa. Noin 12 prosenttia vastanneista arvioi kuitenkin paikallisen alkutuotannon raaka-ainekäytön lisääntyvän jatkossa. Yksikään yritys ei arvioinut paikallisten raaka-aineiden osuuden laskevan tulevaisuudessa nykyiseen nähden.

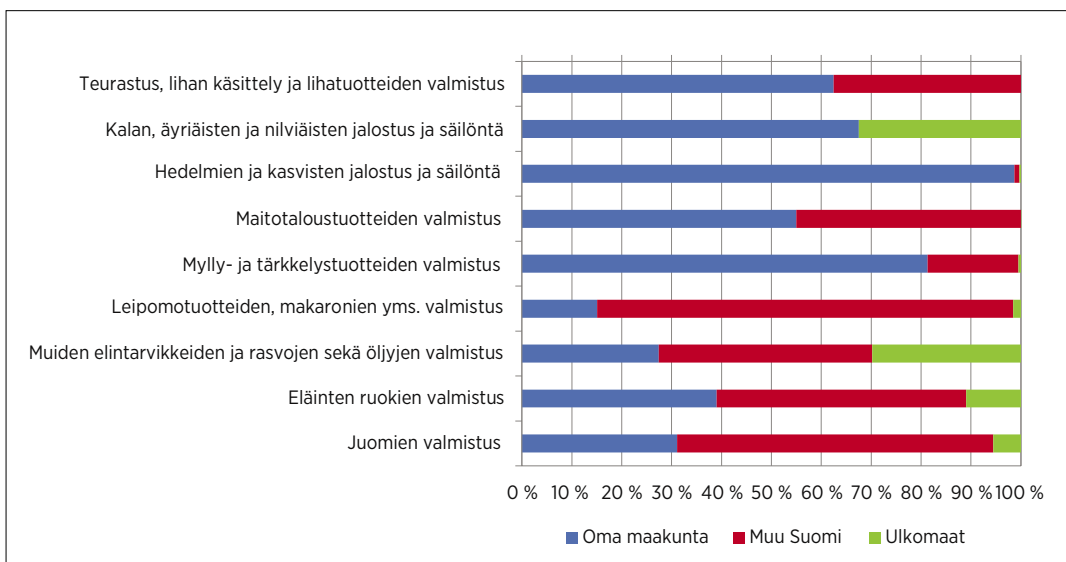
Monissa yrityksissä elintarvikkeiden pääraaka-aine tuotetaan itse. Elintarvikeyrityksissä voisi olla kiinnostusta käyttää enemmänkin oman maakunnan raaka-aineita, mutta niitä ei välttämättä ole saatavilla tarvittavissa määrin. Vastauksissa myös todetaan, että kaikkia tuotannossa tarvittavia raaka-aineita ei ylipäänsä tuoteta omassa maakunnassa tai muuallakaan Suomessa. Vastauksissa tuodaan esiin myös se, että elintarvikkeiden tuottaja voi tietää käyttävänsä suomalaista raaka-ainetta, mutta maakuntakohtaisen alkuperän määrittäminen voi olla mahdotonta. Paikallisia raaka-aineita käytetään muun muassa siksi, että niitä hyödyntämällä voidaan vastata lähiruoan kysyntään ja lisäksi saadaan etua kuljetusmatkojen lyhenemisestä. Paikallisten raaka-aineiden käyttämisestä saatavat hyödyt voidaan kokea niin suuriksi, että paikallisista raaka-aineista ollaan valmiita maksamaan korkeampaa hintaa kuin muualla tuotetuista raaka-aineista.

Kyselyyn vastanneet Etelä-Pohjanmaan elintarvikeyritykset myyvät valmiista tuotteistaan lähes 27 prosenttia omaan maakuntaan. Noin 38 pro-

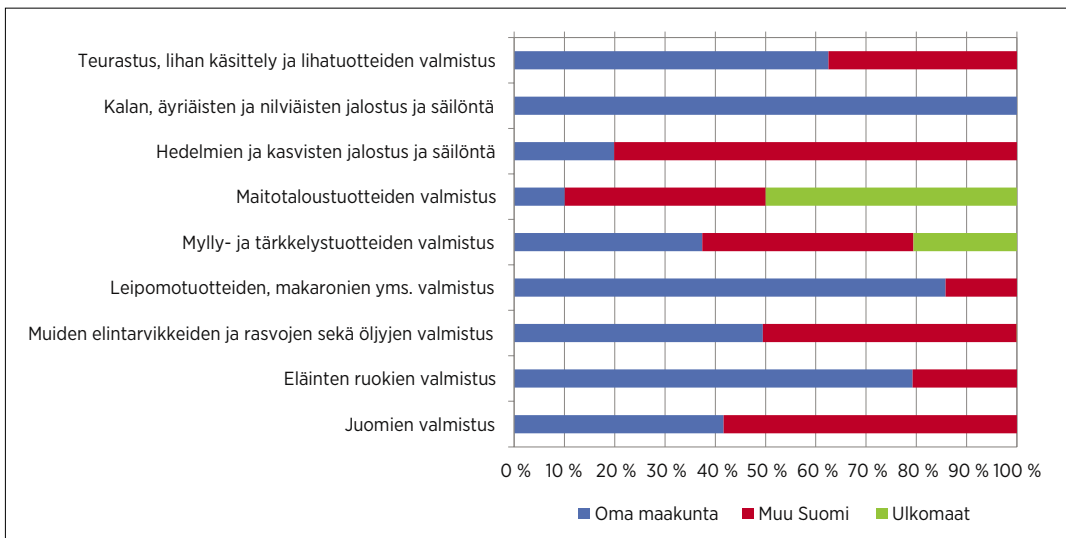
senttia tuotteista viedään muualle Suomeen. Kuten eräs vastaaja tuo esiin, maakuntarajalla toimivat yritykset voivat esimerkiksi myydä suurimman osan tuotannostaan lähialueelle, mutta kuitenkin oman maakunnan ulkopuolelle kasvattaen siten muun Suomen osuutta. Ulkomaan vientiin menee noin 36 prosenttia elintarvikkeista johtuen pääasiassa maitotuotteiden huomattavasta viennistä. Omaan maakuntaan tuotteitaan myyvät eniten kalanjalostajat (kuvio 8), jotka myyvät kaikki tuotteensa omaan maakuntaan. Myös leipomotuotteiden valmistajat sekä eläinten ruokien valmistajat myyvät yli 70 prosenttia tuotteistaan omaan maa-

kuntaan. Hedelmien ja kasvien jalostajat myyvät tuotteitaan eniten muualle Suomeen, noin 80 prosenttia. Ulkomaille viedään Etelä-Pohjanmaalta pääasiassa maito- ja mulllytuotteita. Maitotuotteista jopa puolet viedään ulkomaille.

Etelä-Pohjanmaan elintarvikeyritykset myyvät tuotteensa enimmäkseen vähittäiskaupalle, minne myydään noin 80 prosenttia tuotteista. Ruokapalveluita tarjoaville tahoille myydään noin 14 prosenttia elintarvikkeista. Suoramyyntiin ja tukkumyyntiin menee molempiin vain muutama prosentti yritysten elintarvikkeista.

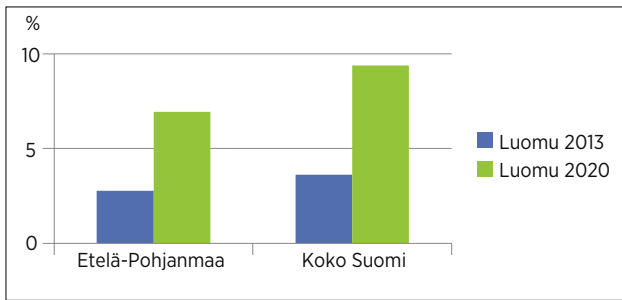


**Kuvio 7.** Etelä-Pohjanmaan elintarvikeyritysten raaka-aineostojen jakautuminen eri alueille.



**Kuvio 8.** Etelä-Pohjanmaan elintarvikeyritysten myynnin jakautuminen eri alueille.





**Kuvio 9.**  
Etelä-Pohjanmaan elintarvikeyritysten luomutuotannon osuus vuosina 2013 ja 2020.

Luomutuotteiden osuus Etelä-Pohjanmaan elintarvikeyritysten tuotteista on nykytilanteessa keskimäärin noin kolme prosenttia (kuvio 9). Luomutuotteiden osuuden arvioitiin kuitenkin nousevan vuoteen 2020 mennessä. Arvioiden mukaan keskimäärin noin seitsemän prosenttia tuotteista olisi luomua vuonna 2020.

Luomutuotantoon liittyviin aiheisiin palattiin monissa vastauksissa:

*”Luomutuotannon raaka-ainetta ei ole tällä hetkellä tarpeeksi saatavilla. Kysyntää olisi enemmän kuin saatavilla on.”*  
(Lihatuotteiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Etelä-Pohjanmaa)

*”Emme käytä keinolannoitteita eikä torjunta-aineita ollenkaan, joten periaatteessa tuotteemme on luomua.”*  
(Hedelmien, kasvien ja marjojen jalostaja, alle kymmenen työntekijää, Etelä-Pohjanmaa)

*”-- kotimaisia tuotteita pidetään itsessään puhtaina ja laadukkaina. Luomusta pyydetty hintalisä on siinä mielessä turhaa.”*  
(Leipomotuotteiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Etelä-Pohjanmaa)

*”Luomumerkintää tuotteille on vaikea saada, lupaprosessi on käytännössä hankala.”*  
(Leipomotuotteiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Etelä-Pohjanmaa)



Julkisia aterioita tarjotaan Suomessa noin kaksi miljoonaa päivässä. (Kuva: Pasi Komulainen)



Elintarviketeollisuuden yrityksille suunnatun kyselyn tulosten perusteella voidaan sanoa, että Etelä-Pohjanmaan elintarvikeyritykset ovat optimistisia tulevaisuuden suhteen. Liikevaihdon arvioitiin pääsääntöisesti kasvavan nykytilanteesta. Kyselyyn vastanneista yrityksistä 59 prosenttia arvioi liikevaihtonsa kasvavan vuosien 2013 ja 2020 välillä. Vain yksi yritys ilmoitti liikevaihtonsa pienevän ennakoiden tuotannon lopettamista. Vastaavasti 38 prosenttia vastaajista ilmoitti liikevaihdon pysyvän nykyisellään. Niiden yritysten, jotka ilmoittivat liikevaihtonsa kasvavan, kasvuvariot vaihtelivat alle kymmenen prosentin kasvusta jopa lähes sadan prosentin kasvuun. Kaikkien kyselyyn vastanneiden yritysten liikevaihdon kasvuvario oli keskimäärin 21 prosenttia vuosien 2013 ja 2020 välillä.

Etelä-Pohjanmaan elintarvikeyritykset hakevat kasvua erikoistumisen ja uusien tuotteiden, tuotannon laajentamisen sekä markkinoinnin avulla. Joidenkin yritysten kohdalla kansainvälistyminen on ajankohtaista. Lähiruoan suosion voimistumisen myötä kasvua voidaan löytää myös paikallisilta markkinoilta. Yrityksissä tunnustetaan, että kasvu edellyttää tahtoa, taitoa ja riskinottoa. Kasvua varten osa yrityksistä tarvitsisi uusia, toimintaa olennaisesti muuttavia investointeja. Maailmanmarkkinoiden kehitys heijastuu myös eteläpohjalaisten elintarvikeyritysten toimintaan. Myös poliittiset ratkaisut – niin suoraan elintarviketuotantoon kuin esimerkiksi aluepolitiikkaan liittyvät – vaikuttavat yritysten toimintamahdollisuuksiin.

Etelä-Pohjanmaan elintarvikealan yrityksissä oli havaittu monenlaisia merkittäviä muutostrendejä, jotka vaikuttavat niiden toimintaan vuoteen 2020 ulottuvalla jaksolla. Yksi keskeinen vastauksista löytyvä osa-alue on kuluttajakäyttäytymisessä tapahtuvat muutokset. Lähiruoan suosion kasvaminen sai vastauksissa eniten mainintoja (viidennes vastauksista). Eräs vastaaja kiinnitti huomiota siihen, että kuluttajien ilmaiset mielipiteet eivät kuitenkaan aina toteudu käytännössä kulutuspäätöksiä tehtäessä. Elintarvikkeiden kotimaisuus, turvallisuus ja jäljitettävyyden nimettiin myös vahvistuviksi trendeiksi. Näiden taustalla lieenee vastauksissa ennakoitu ”ruokaskandaalien” jatkuvuus. Mainintoja saivat myös luomutuotteiden kysynnän kasvaminen ja kuluttajien ympäristötietoisuuden vahvistuminen, erikoistuotteisiin kohdistuvan kiinnostuksen voimistuminen, terveellisten ja lisäaineettomien elintarvikkeiden suosiminen sekä erikoisruokavalioiden moninaistuminen. Kuluttajakäyttäytymiseen vaikuttavat myös kuluttajien käytettävissä olevat tulot. Vastauksista ilmeni, että esimerkiksi julkisehtien budjettien kiristyminen näkyy siinä,

millaisia elintarvikkeita ne hankkivat. Muutoksiin liittyen vastauksissa todettiin, että markkinointi on toiminnan jatkumisen edellytys.

*”Lähiruokatrendi, tietoisuus ruuan alkuperästä, kotimaisuus”*

(Hedelmien, kasvien ja marjojen jalostaja, alle kymmenen työntekijää, Etelä-Pohjanmaa)

*”Lähiruoka ja sen turvallisuus, ekologisuus, jäljitettävyyden”*

(Leipomotuotteiden valmistaja, alle 20 työntekijää, Etelä-Pohjanmaa)

Toinen merkittävien muutostrendien osa-alue liittyy oman yritystoiminnan kehittämisen tuomiin muutoksiin. Tuotannon laajentaminen, automatisoiminen, erikoistuminen, tuotannon painopisteen muuttaminen ja yritysten välisen yhteistyön lisääminen muuttavat yritysten toimintaa lähitulevaisuudessa. Vastauksista voi hahmottaa myös kolmannen osa-alueen, joka liittyy laajemmin talouden kehittämiseen ja poliittisiin päätöksiin. Maailmanmarkkinahinnoissa tapahtuvat muutokset voivat heikentää elintarvikeyritysten kannattavuutta. Yritysten huoli kannattavuuskehityksestä näkyi myös joissakin vastauksissa. Vastauksissa myös nähtiin, että sekä elintarviketeollisuus että kauppa keskittyvät suurempiin yksiköihin, mikä heikentää pienempien toimijoiden asemaa. Valvonnan ja byrokratian lisääntyminen sekä lainsäädännössä tapahtuvat muutokset nimettiin myös merkittävimmiksi yritystoimintaan vaikuttaviksi muutostrendeiksi.

Ympäristövastuuseen liittyvät kysymykset ovat tärkeitä Etelä-Pohjanmaan elintarvikeyrityksille: erittäin tärkeää 31 prosentille, melko tärkeää 31 prosentille ja tärkeää 27 prosentille vastaajista. Kolme vastaajaa ilmoitti nämä kysymykset yritykselleen vain vähän tärkeiksi. Näistä yksi totesi, että pienyrityksen toiminnasta aiheutuvat ympäristövaikutukset ovat niin vähäisiä, ettei ympäristövastuun huomioiminen ole tästä syystä kovin tärkeää. Vastausten perusteella ympäristövastuu huomioidaan yrityksissä monin tavoin. Monissa vastauksissa kiinnitettiin huomiota päästöjen ja jätteiden määrän vähentämiseen, jätteiden lajitteluun ja kierrättämiseen, jätteiden hyödyntämiseen energiana sekä jätevesien asianmukaiseen käsittelemiseen. Tuotannossa tarvittavat resurssit ja tuotantomenetelmät pyritään valitsemaan siten, että niistä aiheutuisi mahdollisimman vähän haitallisia ympäristövaikutuksia. Lisäksi tuotannossa käytettävät resurssit pyritään hyödyntämään mahdollisimman tehokkaasti. Ympäristövastuu huomioidaan myös kehittämällä elintarvikkeiden

pakkausmateriaaleja sekä optimoimalla kuljetusreittejä. Vastauksissa todettiin, että paikallinen ja kotimainen tuotanto on myös ympäristön kannalta parempi vaihtoehto. Ympäristövastuun huomioiminen todennetaan yrityksissä omavalvonnan avulla. Se on myös keskeinen tarkasteltava osa-alue, kun yritykset hakevat toiminnalleen sertifiointia.

*"Vältämme saastuttamista, emme tuhlaa resursseja, kierrätämme"*

(Leipomotuotteiden valmistaja, alle 20 työntekijää, Etelä-Pohjanmaa)

Yhteisövastuun huomioiminen on Etelä-Pohjanmaan elintarvikeyrityksille niin ikään tärkeää: vastaajista 24 prosentille erittäin tärkeää, 32 prosentille melko tärkeää ja 32 prosentille tärkeää. Kahdeksalle prosentille vastaajista nämä kysymykset ovat vain vähän tärkeitä ja neljälle prosentille ei ollenkaan tärkeitä. Yhteisövastuun huomioiminen näkyy yritysten toiminnassa etenkin siinä, että yritykset luovat ja tarjoavat työpaikkoja. Yritystoiminnan myötä alueen talous vilkastuu ja tarjonta monipuolistuu. Yhteisövastuu huomioidaan myös siten, että yritykset käyttävät paikallisia raaka-aineita ja tekevät yhteistyötä eri tahojen kanssa.

*"Yrityksellä on seudulla työllistävä vaikutus. Oman väen lisäksi työllistetään myös kuljetus- ja siivouspalveluiden kautta"*

(Leipomotuotteiden valmistaja, alle 20 työntekijää, Etelä-Pohjanmaa)

*"-- ohessa on myös muuta yritystoimintaa, kuten erilaisia ohjelmapalveluja. Nämä tuovat tuhansia kävijöitä vuosittain. Tällä on työllistävä vaikutus muuallekin paikkakunnalle."*

(Muiden elintarvikkeiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Etelä-Pohjanmaa)

Julkisen sektorin tarjouspyyntöön on vastannut 41 prosenttia kyselyyn vastanneista yrityksistä. Näistä yrityksistä yksi on vastannut tarjouspyyntöön yhteistyössä muiden yritysten kanssa. Useimmin tarjouspyyntöön ei ole vastattu siksi, että tuotannon kapasiteetti ei ole riittävä tai tuotteesta ei tehdä tarjouspyyntöjä. Vastauksista ilmeni myös muita ongelmakohtia:

*"-- logistiikka ongelma, esim. samalla leipomon autolla ei saa viedä muita elintarvikkeita ko.laitoksiin????"*

(Myllytuotteiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Etelä-Pohjanmaa)

*"Julkisella sektorilla olisi mahdollisuuksia markkinoille. Toisaalta asiakkaat suosivat tukuliikkeiden käyttöä sen helppouden takia: samasta paikasta saa kaikki tuotteet."*

(Hedelmien, kasvien ja marjojen jalostaja, alle kymmenen työntekijää, Etelä-Pohjanmaa)

### 3.2.3 HANKINTARENKAILLE JA -YKSIKÖILLE LÄHETETYN KYSELYN TULOKSIA

Hankintarengaskyselyyn saatiin kolme vastausta Etelä-Pohjanmaalta<sup>24</sup>. Etelä-Pohjanmaan julkiset keittiöt ostavat kyselystä saatujen tietojen perusteella noin 23 prosenttia elintarvikkeistaan omasta maakunnasta. Tämä tarkoittaa noin 1,41 miljoonan euron arvosta elintarvikkeista omasta maakunnasta vuodessa. Muualta Suomesta ostetaan noin 54 prosenttia julkisten keittiöiden käyttämistä elintarvikkeista. Loput 23 prosenttia tuotteista ostetaan ulkomailta.

Omasta maakunnasta ostetaan eniten liha-tuotteita. Kahden vastaajan ilmoitusten perusteella lähes puolet lihatuotteista ostetaan omasta maakunnasta ja lähes yhtä suuri osuus muualta Suomesta (kuvio 10). Lisäksi omasta maakunnasta ostetaan hedelmiä, kasviksia ja marjoja, etenkin perunoita. Myös maitotuotteet ja leipomotuotteet nimettiin merkittävimpien omasta maakunnasta ostettavien elintarvikkeiden joukkoon. Kaksi vastaajaa antoi täsmällisemmät tiedot maito- ja leipomotuotehankintojensa alkuperästä. Näiden ilmoitusten perusteella kaikki Etelä-Pohjanmaan julkisissa keittiöissä käytettävät maitotuotteet ovat kotimaisia. Leipomotuotteista noin 88 prosenttia on kotimaista tuotantoa. Myös muiden elintarvikkeiden osalta hankinnat ovat enimmäkseen kotimaisia.

Etelä-Pohjanmaan hankintarenkaat ja -yksiköt arvioivat paikallisten elintarvikkeiden osuuden nousevan nykyisestä noin 23 prosentista noin 25 prosenttiin vuoteen 2020 mennessä. Vastaavasti

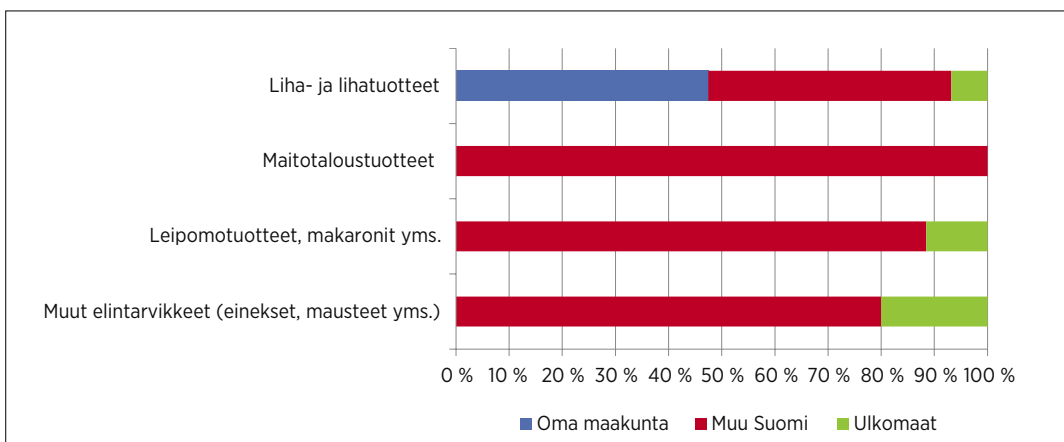
<sup>24</sup> Yksi vastaajista ei ole ilmoittanut alatoimialoitain (esim. lihatuotteet, kalatuotteet), missä suhteessa elintarvikehankinnat on tehty omasta maakunnasta, muualta Suomesta tai ulkomailta. Toisella vastaajalla ei ilmoituksensa mukaan ole hankintoja kaikilta alatoimialoilta. Näin ollen useita alatoimialoja koskien saatiin vain yksi vastaus. Koska yhden vastaajan tietoja ei pääsääntöisesti raportoida, Etelä-Pohjanmaan osalta ei esitetä kuvaa kaikista alatoimialakohtaisista tuloksista. Kokonaishankintoja koskevat luvut perustuvat kaikkien kolmen vastaajan ilmoittamiin tietoihin.

On myös syytä huomata, että vastaajalla, joka ei ole ilmoittanut alatoimialakohtaisia tietoja, on merkittävästi enemmän elintarvikehankintoja kuin muilla vastaajilla. Hankintojen alueellinen kohdistuminen alatoimialoitain voi siten olla todellisuudessa hyvin erilainen kuin tässä on raportoitu, jos kyseisessä hankintayksikössä aluejakauma poikkeaa selkeästi muiden vastaajien antamista tiedoista.

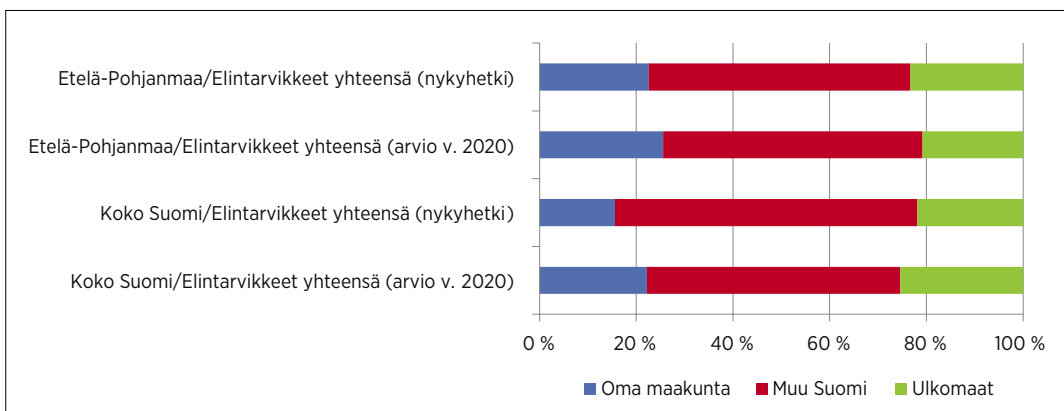
niissä arvioitiin ulkomaisten tuotteiden hankintojen osuuden vähenevän nykyisestä noin 23 prosentista noin 21 prosenttiin. Etelä-Pohjanmaalla paikallisten tuotteiden osuus hankinnoista on hieman suurempi kuin koko Suomessa keskimäärin. Etelä-Pohjanmaalla arvioitiin kotimaisuusasteen nousevan tulevaisuudessa, kun taas Suomessa keskimäärin arvioitiin tuontituotteiden määrän kasvavan. Tällä hetkellä kyselyyn vastanneet eteläpohjalaiset hankintarenkaat ja -yksiköt käyttävät melko vähän luomutuotteita. Noin prosentti käytetyistä elintarvikkeista on tulosten mukaan luomua (kuvio 12). Luomutuotteiden osuuden arvioitiin kuitenkin kasvavan hieman vuoteen 2020 mennessä. Arvioiden mukaan vuonna 2020 luomun osuus olisi Etelä-Pohjanmaan julkisissa keittiöissä hieman yli kaksi prosenttia elintarvikkeista. Luomun osuus hankinnoista on Etelä-Pohjanmaalla pienempi kuin keskimäärin koko Suomessa.

Hankintarenkaat ja -yksiköt arvioivat myös muutostrendejä, jotka vaikuttavat niiden elintarvikehankintoihin merkittävimmin vuoteen 2020 mennessä. Vastauksissa mainittiin elintarvikkeiden ravitsemuksellinen laatu, ravitsemussuositukset ja elintarvikkeisiin liittyvät kulutustrendit. Vastauksissa todettiin, että paikallisten tuotteiden – etenkin kasvisten – saatavuus vaikuttaa hankintapäätöksiin. Lisäksi kiinnitettiin huomiota kustannuskehitykseen (esimerkiksi kuljetuksista aiheutuvien kustannusten muutokset) ja toiminta-alueen palvelurakenteen muutoksiin, jotka heijastuvat myös elintarvikehankintoja tekevien yksiköiden toimintaan.

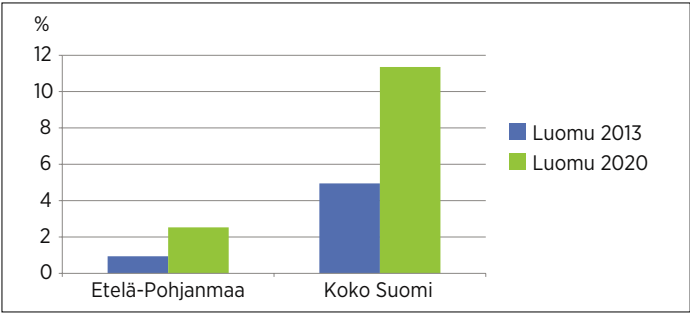
Suunnittelukokoukset ruokapalveluvastaavien, alueen elintarviketuottajien ja tukkuliikkeiden kanssa nähtiin kaikki hyvinä kanavina, joiden kautta nykyisin tehdään yhteistyötä. Paikallisten elintarvikkeiden käyttöä julkisektörissä voitaisiin



**Kuvio 10.** Etelä-Pohjanmaan hankintarenkaiden ja -yksiköiden hankintojen jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille.



**Kuvio 11.** Etelä-Pohjanmaan hankintarenkaiden ja -yksiköiden hankintojen jakautuminen eri alueille vuosina 2013 ja 2020.



**Kuvio 12.**  
Etelä-Pohjanmaan hankintarenkaiden ja -yksiköiden luomuhankintojen osuus vuosina 2013 ja 2020.

hankintarengaskyselyyn vastanneiden mukaan edistää esimerkiksi elintarvikkeita tuottavien yritysten välisellä yhteistyöllä sekä toimivalla tiedottamisella. Omassa maakunnassa tuotettujen elintarvikkeiden osuus hankinnoista voi vastaajien mukaan kasvaa, jos niitä pystytään toimittamaan riittävästi koko sopimuskauden ajan, kilpailukyysisin hinnoin ja logistisesti toimivalla tavalla.

### 3.2.4 MAATALOUDEN JA ELINTARVIKETEOLLISUUDEN ALUETALOUDELLISET VAIKUTUKSET

#### 3.2.4.1 Nykytilanteen vaikutukset

Laskelmien perusteella maataloudella on suuri vaikutus Etelä-Pohjanmaan talouteen, mutta vielä suurempi vaikutus sillä on alueen työllisyyteen.

Maatalouden vaikutus maakunnan BKT:hen on noin 7,6 prosenttiyksikköä eli noin 395 miljoonaa euroa. Maatalouden vaikutus maakunnan työllisyyteen on lähes 13 prosenttiyksikköä, mikä käsittää 11 488 henkilötyövuotta. Voidaankin todeta, että maatalous on merkittävä työllistäjä Etelä-Pohjanmaalla.

Elintarvikkeiden ja juomien valmistuksen vaikutus maakuntaan on puolestaan suurempi taloudellisesti kuin työllisyyden näkökulmasta. Elintarviketeollisuuden vaikutus Etelä-Pohjanmaan BKT:hen on yhteensä noin 25 prosenttiyksikköä eli noin 1 326 miljoonaa euroa. Työllisyyteen vaikutus on noin 11,6 prosenttiyksikköä eli 10 300 henkilötyövuotta. Elintarviketeollisuuden alatoimialoista merkittävin on lihanjalostuksen ja teurastuksen toimiala vaikuttaen aluetalouteen noin 625 miljoonalla eurolla ja työllisyyteen reilulla 5 000 henki-

**Taulukko 8.** Maatalouden ja elintarviketeollisuuden vaikutukset Etelä-Pohjanmaalla.

Toimiala	BKT (%-yksikköä)	BKT (milj. euroa)	Työllisyys (%-yksikköä)	Työllisyys (htv)
<b>MAATALOUS</b>	<b>7,55</b>	<b>394,57</b>	<b>12,95</b>	<b>11488</b>
Lihanjalostus ja teurastus	11,95	624,68	5,72	5073
Kalanjalostus	0,01	0,51	0,01	5
Hedelmien, marjojen ja vihannesten jalostus	0,28	14,59	0,13	119
Rasvojen ja öljyjen valmistus	0,00	0,23	0,00	4
Maitotuotteiden valmistus	5,28	275,83	2,85	2531
Myllytuotteiden valmistus	1,10	57,59	0,38	333
Leipomotuotteiden valmistus	1,67	87,31	0,80	714
Muu elintarvikkeiden valmistus	0,32	16,84	0,18	162
Eläinten ruokien valmistus	2,18	113,95	0,47	420
Juomien valmistus	2,58	134,69	1,06	939
<b>ELINTARVIKETEOLLISUUS YHTEENSÄ</b>	<b>25,37</b>	<b>1326,22</b>	<b>11,61</b>	<b>10300</b>

lötyövuodella. Myös maitotuotteiden, juomien ja eläinten ruokien valmistus vaikuttaa maakunnan talouteen yli 100 miljoonalla eurolla. Lihanjalostuksen jälkeen seuraavaksi suurin työllistäjä on maitotuotteiden valmistus reilulla 2 500 henkilötyövuodella. Maitotuotteiden valmistuksen korkea työllisyysvaikutus johtuu huomattavan suoran työllistävyiden lisäksi muun muassa kerroinvaikutuksen kautta tulevasta työllistävästä vaikutuksesta maatalouden toimialaan.

Elintarviketeollisuuden työllisyyskerroin Etelä-Pohjanmaalla on 3,4. Näin ollen yksi elintarviketeollisuuden työntekijä työllistää 2,4 muuta, joista 1,9 henkilöä kohdistuu muuhun elintarviketietä juun ja 0,5 henkilöä muille toimialoille. Vastaavasti maatalouden työllisyyskerroin on Etelä-Pohjanmaalla 1,1. Näin ollen yksi maatalouden työntekijä luo kerroinvaikutusten kautta 0,1 muuta työpaikkaa.

#### 3.2.4.2 Tulevaisuuden vaikutukset

Etelä-Pohjanmaalta kyselyyn vastanneet hankintarenkaat ilmoittivat hankkivansa tällä hetkellä 23 prosenttia elintarvikkeista omasta maakunnasta. Ne arvioivat, että vuonna 2020 oman maakunnan hankintojen osuus olisi noin 25 prosenttia eli hienoista kasvua lähituotteiden hankinnassa olisi odotettavissa. Tällä hetkellä hankintarenkaiden elintarvikkeiden kokonaishankintojen arvo oli yli 6,2 miljoonaa euroa, joista oman maakunnan hankintoihin käytettiin 1,43 miljoonaa euroa. Tulevai-

suudessa oman maakunnan elintarvikehankintojen arvo nousisi 1,59 miljoonaan euroon. Muutos oman maakunnan tuotteisiin käytetyssä rahamäärässä olisi siis 158 000 euroa.

Jos Etelä-Pohjanmaan hankintarenkaat käyttäisivät siis arvioidun 158 000 euroa lisää oman maakunnan elintarvikehankintoihin, vaikuttaisi se alueen työllisyyteen neljä henkilötyövuotta. Näin ollen sataatuhatta euroa kohden, joka käytetään paikallisten elintarvikkeiden ostoon, vaikutetaan maakunnan työllisyyteen 2,5 henkilötyövuoden verran, kun otetaan huomioon myös kerroinvaikutukset. Työllisyysvaikutusten lisäksi paikallisten elintarvikkeiden käyttö julkisissa keittiöissä vaikuttaa myös alueen talouteen. Etelä-Pohjanmaan osalta vaikutus bruttokansantuotteeseen olisi 254 000 euroa, jos julkisia elintarvikehankintoja kohdistettaisiin omaan maakuntaan lisää arvioitu 158 000 euroa.

**Taulukko 9.** Tulevaisuuden (v. 2020) vaikutukset Etelä-Pohjanmaan työllisyydelle ja taloudelle nykytilanteeseen nähden.

	Paikallisten tuotteiden käytön vaikutukset
Vaikutus työllisyyteen (htv)	4,0
Vaikutus työllisyyteen (htv) / 100 000 €	2,5
Vaikutus BKT:hen (milj. €)	0,25

### 3.3 ETELÄ-SAVO

#### 3.3.1 MAATALOUS JA ELINTARVIKE-TEOLLISUUS ETELÄ-SAVOSSA

Perinteisesti maatalous on ollut Etelä-Savon keskeisimpiä työllistäjiä, mutta rakennemuutoksen vaikutuksesta maatilojen lukumäärä on vähentynyt selvästi. Samalla keskipeltoala on kuitenkin noussut. Etelä-Savo on vahva etenkin maidon ja lihan tuotantoalue, mutta maakunta on myös vahvaa marjojen ja avomaanvihannesten viljelyaluetta. Vuonna 2011 luomutilojen määrä Etelä-Savossa oli 232 kappaletta, mikä on 7,3 prosenttia koko Suomen luomutiloista. (Etelä-Savo ennakoi, 2012; Etelä-Savon TE-keskus, 2006.)

Vuonna 2012 Etelä-Savossa oli 2 922 maatilaa, joista eniten oli muun kasvituotannon (828 tilaa), viljanviljelyn (745 tilaa) ja lypsykarjatalouden (576 tilaa) tiloja. Etelä-Savossa on koko maan keskiarvoa enemmän lypsykarjatalouden, muun kasvituotannon, hevostalouden, muun nautakarjatalouden, puutarhakasvien viljelyn sekä muun tuotannon maatiloja suhteessa tilojen määrään. Viljanviljelytilojen osuus on Etelä-Savossa selvästi pienempi kuin koko maassa keskimäärin. (Matilda, 2013.)

Etelä-Savon elintarvikeala on monipuolista, mutta valtaosin pienimuotoista (Etelä-Savon ELY-keskus, 2012). Paikalliset elintarvikkeet, kuten esimerkiksi mylly- ja leipomotuotteet, ovat Etelä-Savossa osa alueen imagoa. Etelä-Savoa pidetään lähiruoan maakuntana. Lähiruoan lisäksi Etelä-Savo on profiloitunut luomuun. (Etelä-Savo ennakoi, 2012.) Elintarvikkeita jalostavien yritysten määrä Etelä-Savossa on laskenut vuodesta 2006 vajaasta 140 yrityksestä 119:een vuonna 2012. Yrityksistä 92 prosenttia oli alle 9 työntekijän yri-



Punainen viinimarja eli punaherukka. (Kuva: Outi Hakala)

tyksiä. Elintarvikkeiden ja juomien jalostuksen henkilöstö oli Etelä-Savossa vuonna 2011 yhteensä 635 ja alan liikevaihto oli noin 108 miljoonaa euroa. Elintarvikealan alatoimialoista eniten toimipaikkoja on leipomotuotteiden valmistuksessa. Kuitenkin lihanjalostus työllistää leipomotuotteiden valmistusta hieman enemmän, 239 henkilöä. Suurin liikevaihto on lihanjalostuksessa, noin 51 miljoonaa euroa. (Ruoka-Suomi, 2013; Toimiala Online, 2013.)

#### 3.3.2 YRITYSKYSELYN TULOKSIA

Etelä-Savossa toimivista elintarvikealan yrityksistä 37 vastasi kyselyyn. Vastaajista kymmenellä päätoimialana on leipomotuotteiden valmistus ja kahdeksalla hedelmien, kasvien ja marjojen jalostus. Loput vastaajat jakautuvat melko tasaisesti muille alatoimialoille.

**Taulukko 10.** Etelä-Savon elintarvikealan toimipaikat.

Toimiala	Toimipaikat 2013 (kpl) <sup>25</sup>	Toimipaikat 2012 (kpl) <sup>26</sup>
Teurastus ja lihanjalostus	21	9
Kalanjalostus	16	11
Hedelmien ja kasvien jalostus ja säilöntä	18	4
Maitotaloustuotteiden valmistus	2	3
Mylly- ja tärkkelystuotteiden valmistus	4	3
Leipomotuotteiden, makaronien yms. valmistus	47	31
Muiden elintarvikkeiden valmistus	13	12
Juomien valmistus	9	9
<b>Yhteensä</b>	<b>130</b>	<b>82</b>

<sup>25</sup> Tiedot: Ruoka-Suomi, 2013.

<sup>26</sup> Tiedot: Toimiala Online, 2013.

Etelä-Savon elintarvikeyritysten ostamista raaka-aineista noin 36 prosenttia hankitaan omasta maakunnasta. Noin 49 prosenttia raaka-aineistoista tehdään muualta Suomesta. Ulkomailta hankitaan noin 15 prosenttia raaka-aineista. Paikallisia raaka-aineita hankitaan etenkin liha- ja leipomotuotteiden valmistukseen (kuvio 13).

Vastausten perusteella useat elintarvikeyritykset tuottavat päätoimialaansa kuuluvien tuotteiden lisäksi muihin alatoimialoihin<sup>27</sup> luettavia tuotteita. Raportoiduissa tuloksissa on huomioitu kaikkien yritysten vastaukset riippumatta siitä, kuinka suuri osa yrityksen liikevaihdosta kertyy kyseiseltä alatoimialalta. Jos tuloksissa huomioitaisiin ainoastaan yritysten päätoimialojaan koskevat vastaukset, omassa maakunnassa tuotettujen raaka-aineiden osuus ostoista saattaisi olla muutamia prosenttiyksiköitä suurempi<sup>28</sup>.

Suurin osa (71 %) Etelä-Savon elintarvikeyrityksistä arvioi, että paikallisten raaka-aineiden osuus ostoista pysyy tulevaisuudessakin nykyisellä tasolla. Joidenkin yritysten kohdalla kaikki raaka-aineet hankitaan jo nyt omasta maakunnasta tai tuotetaan itse. Nykyisellä tasolla voidaan pysyä myös siitä syystä, että yritys on löytänyt oman maakunnan ulkopuolelta raaka-ainetuottajan, jonka tuotannon laatu vastaa parhaiten yrityksen vaatimuksia.

Vastaajista 26 prosenttia arvioi omassa maakunnassa tuotettujen raaka-aineiden osuuden kasvavan tulevaisuudessa. Vastausten perusteella useampikin yritys olisi kiinnostunut paikallisten raaka-aineiden osuuden kasvattamisesta, mutta omassa maakunnassa ei tuoteta kaikkia tarvittavia raaka-aineita siinä määrin kuin elintarvikeyritykset tarvitsisivat. Lisäksi joitakin raaka-aineita ei ylipäänsä tuoteta omassa maakunnassa tai muuallakaan Suomessa. Muutamissa vastauksissa esimerkkeinä tällaisista raaka-aineista mainittiin suola ja sokeri. Kuten vastauksista ilmeni, elintarvikeyritykset voivat itse toimia aktiivisesti paikallisen alkutuotannon lisäämiseksi. Vastauksissa tuotiin esiin myös se, että elintarvikeyrityksessä voidaan tietää raaka-aineen olevan kotimaista, mutta alkuperän selvittäminen maakuntatasolla voi olla mahdotonta.



Mustaherukkajäähdyke. (Kuva: Marjo Särkkä-Tirkkonen)

Yksi vastaajista ilmoitti, että paikallisten raaka-aineiden osuus hankinnoista pienenee. Vastaaja selvitti tämän johtuvan siitä, että paikallisten yritysasiakkaiden määrä on vähentynyt merkittävästi ja siten myös kysyntä kyseisen yrityksen paikallisista raaka-aineista tuottamille tuotteille on vähentynyt.

Etelä-Savon elintarvikealan yritykset myyvät tuotteensa pääasiassa kotimaan markkinoille. Noin 40 prosenttia tuotannosta myydään oman maakunnan sisälle ja 58 prosenttia muualle Suomeen. Loput noin kaksi prosenttia tuotannosta viedään ulkomaille. Lähes kaikki muiden elintarvikkeiden tuotannosta myydään omaan maakuntaan. Myös kala- ja myllytuotteista<sup>29</sup> yli puolet myydään paikallisille markkinoille (kuvio 14). Vientiin menee lähinnä hedelmien, kasvien ja marjojen jalostajien tuotteita sekä juomatuotteita.

Vastauksissa kiinnitetään huomiota siihen, että yrityksen myyntipiste voi olla oman maakunnan alueella, mutta asiakaskunta kertyy kuitenkin huomattavasti laajemmalla alueella. Toisaalta tuotteita voidaan myydä yrityksen lähialueille, mutta maakuntarajan ylittäen.

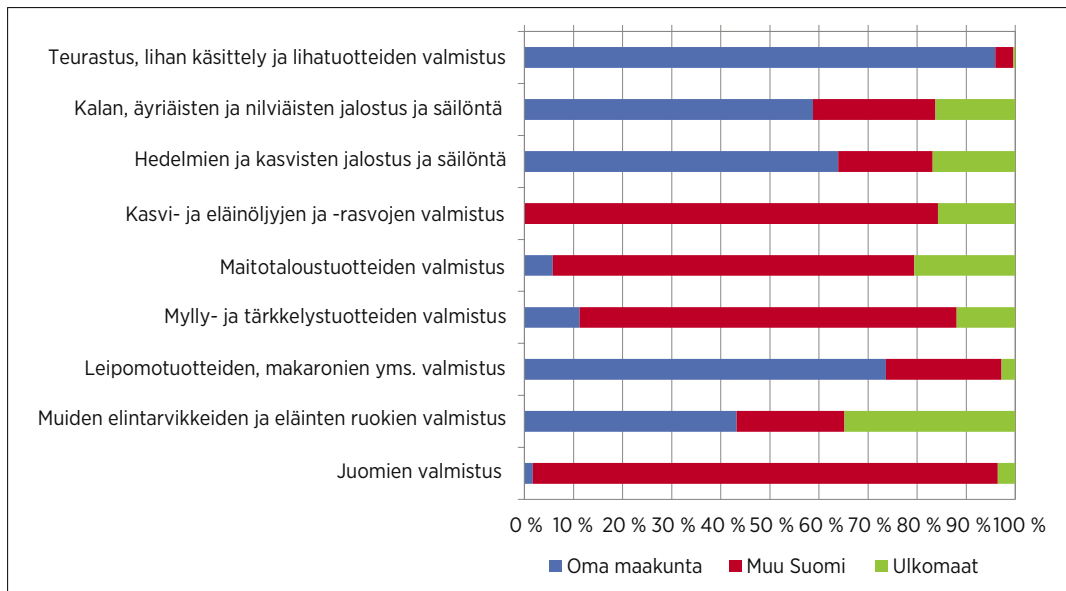
Etelä-Savon elintarvikealan yrityksille tärkein myyntikanava on vähittäiskauppa, jonne myydään noin 46 prosenttia tuotannosta. Suoramyyntin osuus on noin 19 prosenttia, kuten myös tukkukaupan osuus. Loput noin 15 prosenttia tuotannosta myydään ruokapalveluita tuottaville yrityksille tai yhteisöille.

Eteläsavolaisten elintarvikeyritysten tuotannosta luomun osuus on tällä hetkellä noin neljä prosenttia (kuvio 15). Vastausten perusteella luomun

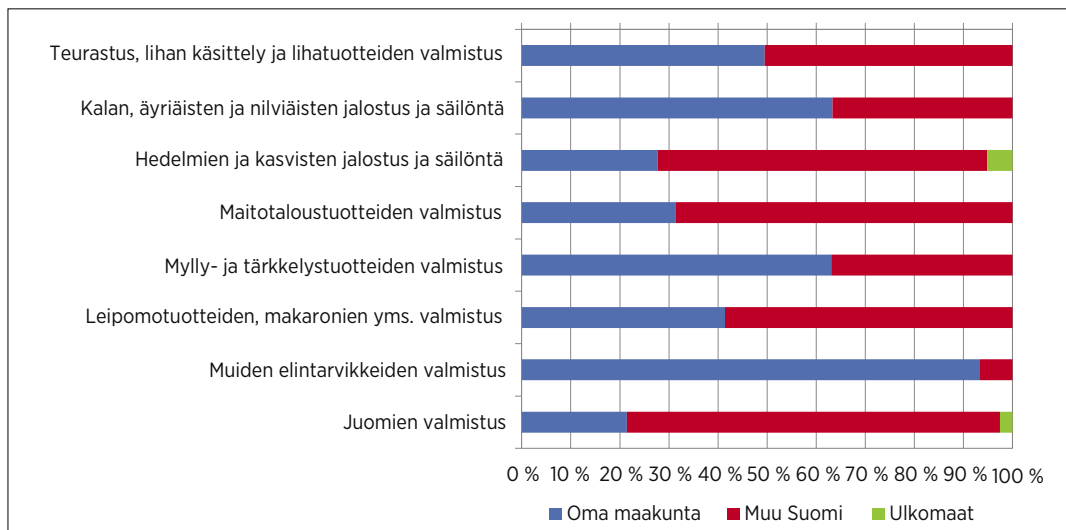
<sup>27</sup> Alatoimialoja ovat lihatuotteiden valmistus, kalan jalostus jne.

<sup>28</sup> Etenkin maitotaloustuotteiden, myllytuotteiden ja muiden elintarvikkeiden valmistuksen osalta paikallisten raaka-aineiden osuus voi olla huomattavasti suurempi ja ulkomaisten raaka-aineiden osuus hyvin vähäinen, jos huomioidaan ainoastaan kyseisillä alatoimialoilla päätoimisesti toimivat yritykset. Toisaalta leipomotuotteiden valmistamisessa paikallisten raaka-aineiden osuus voi olla raportoitua pienempi, jos tarkastellaan vain päätoimisten leipomoyritysten vastauksia. On kuitenkin syytä huomata, että näin toimittaessa alatoimialojen tulokset perustuisivat yleensä vain kahden tai kolmen yrityksen vastauksiin.

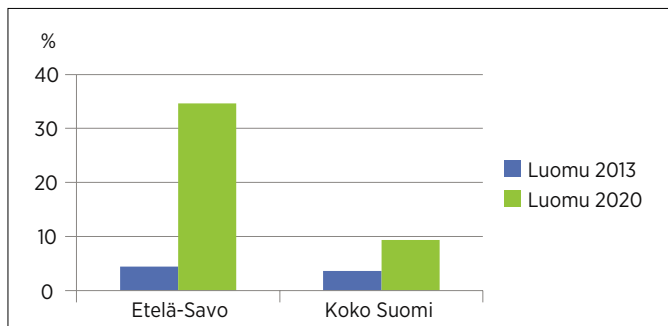
<sup>29</sup> Paikallisten markkinoiden osuus voi myllytuotteiden kohdalla olla jopa raportoitua suurempi, jos huomioidaan otettaisiin ainoastaan ne yritykset, joiden päätoimialana on myllytuotteiden valmistaminen.



Kuvio 13. Etelä-Savon elintarvikeyritysten raaka-aineostojen jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille.



Kuvio 14. Etelä-Savon elintarvikeyritysten myynnin jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille.



Kuvio 15. Etelä-Savon elintarvikeyritysten luomutuotannon osuus vuosina 2013 ja 2020.



osuuden arvioidaan kasvavan jopa 35 prosenttiin vuoteen 2020 mennessä. Kasvuodotus on huomattavasti suurempi kuin muissa maakunnissa keskimäärin. Suurin osa arvioidusta luomutuotannon osuuden kasvusta aiheutuu sellaisista yrityksistä, jotka arvioivat liikevaihtonsa moninkertaistuvan lähivuosina ja jotka samalla nostavat luomutuotannon osuutta toiminnassaan merkittävästi. Jos suurinta liikevaihdon ja luomutuotantoasteen kasvua ennakoineen yrityksen arviota ei oteta huomioon, noin kahdeksan prosenttia Etelä-Savon elintarvikeyritysten tuotannosta olisi luomua vuonna 2020. Tällöin Etelä-Savon luomua koskevat tulokset olisivat lähellä suomalaisten yritysten keskimääriä arvioita.

Vastauksissa käsiteltiin luomuaiheita monista näkökulmista, muun muassa seuraavalla tavalla:

*”Luomutuotannon menetelmiä käyttäen valmistettua ostetaan, mutta alkutuotannon yritykset joilta ostetaan eivät ole hakenneet virallisesti luomun merkkiä niin ei voida sitten sitä tuotepaketin kylkeen laittaa.”*

(Juumien valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Etelä-Savo)

*”Meille ei tule kotimaasta tai paikallisista raaka-aineista luomua, mutta ulkomailta tuleva Johanneksen leipäpuujauhe (sokeriseos) on tuotepakkauksen mukaan luomua. En tosin ole viitsinyt sen koomin asiaa mainostaa, kun olen sitä mieltä, että kotimaisella luomulla on aika eri tasoiset kriteerit kuin ulkomaisella.”*

(Maitotuotteiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Etelä-Savo)

Etelä-Savon elintarvikeyritykset ennustavat seuraaville vuosille vahvaa kasvua. Vastaajista 73 prosenttia arvioi liikevaihtonsa kasvavan vuoteen 2020 mennessä. Vastaajista 16 prosenttia uskoo liikevaihtonsa pysyvän ennallaan, ja 11 prosenttia arvioi liikevaihtonsa pienenevän seuraavien vuosien aikana. Ainakin osassa liikevaihdon pienenemistä ennakoineista yrityksistä yrittäjä on jäämässä eläkkeelle lähivuosina.

Useimmin yritykset arvioivat kasvua tapahtuvan 11–20 prosenttia (11 vastausta). Noin viidennes vastaajista arvioi liikevaihtonsa moninkertaistuvan ajanjaksolla 2013–2020. Vastausten perusteella Etelä-Savon elintarvikealan yritysten liikevaihto kasvaisi jopa 74 prosenttia vuoteen 2020 mennessä. Kasvuarvio on suurempi kuin muissa maakunnissa. Kaikkien kyselyyn vastanneiden yritysten antamien arvioiden perusteella koko Suomen elintarvikealan yritysten liikevaihto kasvaisi noin

29 prosenttia, eli Etelä-Savon yritykset arvioivat huomattavasti suurempaa kasvua kuin suomalaiset elintarvikeyritykset keskimäärin. Jos suurinta kasvua ennakoineen eteläsavolaisen yrityksen arviota ei oteta huomioon, elintarvikealan liikevaihdon ennakoitaan kasvavan Etelä-Savossa noin 36 prosenttia vuoteen 2020 mennessä. Ennuste olisi siis edelleen suurempi kuin koko Suomea koskeva keskimääräinen arvio.

Osa liikevaihtonsa moninkertaistamiseen pyrkivistä yrityksistä hakee kasvua viennin lisäämisestä, osa taas paikallisten markkinoiden kautta. Vahvinta kasvua ennustaneissa yrityksissä oli mukana melko uusia yrityksiä ja toisaalta yrityksiä, joissa on juuri toteutettu mittavia investointeja tuotantomäärien kasvattamiseksi. Joissakin vastauksissa todettiin voimakkaan kasvun jo alkaneen, ja kasvun ennakoitiin jatkuvan toimintaympäristön myönteisen kehityksen myötä.

Merkittävimmät muutostrendit, jotka vaikuttavat Etelä-Savon elintarvikealan yritysten tulevaisuuteen vuoteen 2020 mennessä, liittyvät vastausten perusteella etenkin kuluttajien käyttäytymisessä tapahtuviin muutoksiin sekä yleisesti toimintaympäristön muutoksiin. Kolmantena osaluueena vastauksista hahmottuu yrittäjien ikääntymisen mukanaan tuomat muutokset yritysten toiminnassa. Eniten mainintoja vastauksissa sai lähiruoan suosion vahvistuminen. Eräs vastaaja näki tämän johtuvan toistuvista tuontiruokaan kohdistuvista skandaaleista. Vastausten perusteella yrityksissä nähdään, että kuluttajat suosivat yhä enemmän luonnonmukaisesti tuotettua, terveellistä, kotimaista, turvallista, lisäänäetonta ja ympäristöystävällistä ruokaa. Kuluttajien tuotetietoisuus voimistuu. Vastauksissa ennakoitiin, että myös tulevaisuudessa syntyy nopeita, karppauksen kaltaisia trendejä. Vastausten perusteella kuluttajat kiinnittävät aiempaa tarkemmin huomiota raaka-aineiden puhtauteen eivätkä ole niinkään valmiita ostamaan tuotteita, joiden alkuperä ja koostumus eivät ole varmuudella tiedossa.

*”Meren takaa arvaamatta tulevat trendit, jotka vaikuttavat voimakkaasti toimintaamme sen parisen kuukautta (esim. karppaus).”*

(Leipomotuotteiden valmistaja, alle 30 työntekijää, Etelä-Savo)

*”Ei uskalleta enää kaupasta kaikkea ostaa, onhan se ihan eri asia ostaa kunnon raaka-aineista valmistettua tuotetta, mitä kaupasta jotakin mistä et tiedä mistä on peräisin --”*

(Maitotuotteiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Etelä-Savo)



Savustetut muikut. (Kuva: Kimmo Iso-Tuisku)

Merkittävimmiä muutostrendeiksi nimettiin myös ruoan hinnan ja kuljetuskustannusten kohoaminen, kuluttajien ostovoiman kehittyminen sekä yleisesti taloudessa tapahtuvat muutokset. Toimintaympäristön kehittymiseen liittyen vastauksissa ilmaistiin huoli siitä, että elintarvikeyrityksiin kohdistuvia vaatimuksia kiristetään edelleen esimerkiksi lainsäädännöllä. Vastauksissa tuotiin esiin, että paikallisten tuottajien määrä on vähentynyt ja yrittäjät ikääntyvät. Toisaalta vastauksissa huomautettiin, että yritys voi menestyä erikoistumalla.

*”Lähiruoan merkitys korostuu, kuljetuskustannukset kasvaa ja ruoan hinta jatkaa nousuaan.”*

(Kalanjalostaja, alle kymmenen työntekijää, Etelä-Savo)

*”Lähiruuan kysyntä ja tarjonta kasvaa, erikoistuneet yksiköt menestyvät”*

(Kalanjalostaja, alle kymmenen työntekijää, Etelä-Savo)

*”Luomun tuotannon vaikeus, kun aina vaan laitetaan lisää kapuloita rattaisiin.”*

(Muiden elintarvikkeiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Etelä-Savo)

Yhteiskuntavastuuseen liittyvät aiheet ovat tärkeitä Etelä-Savon elintarvikealan yrityksille. Vastaajista 43 prosenttia kokee vastuunsa ympäristöstä erittäin tärkeäksi, 32 prosenttia melko tärkeäksi ja 19 prosenttia tärkeäksi (yhteensä 94 % vastaajista). Yksi vastaajista kokee, että nämä kysymykset ovat yrityksen liiketoiminnassa vain vähän tärkeitä ja yhden vastaajan mukaan ei ollenkaan tärkeitä.

Ympäristövastuun kokeminen näkyy yrityksen toiminnassa eri tavoin. Useat vastaajat ilmoittivat kierrättävänsä. Jätteiden määrää pyritään vähentämään hävikin hallitsemisen kautta. Tuotteiden pakkausmateriaalit valitaan huolella, niitä käytetään uudelleen tai pakkaukset hyödynnetään energiana. Moni vastaajista kiinnitti huomiota jätevesien puhdistamiseen. Tuotantoon valitaan sopivimmat raaka-aineet, jotka pyritään käyttämään tehokkaasti. Lähellä tuotettuja raaka-aineita hankkimalla kuljetusmatkat lyhenevät. Samasta syystä yrityksissä käytetään lähellä sijaitsevien yritysten palveluita ja myydään tuotteita lähimarkkinoille. Ympäristönäkökohdat vaikuttavat myös tuotantotavan valinnassa: moni vastaajista toi esiin luomutuotannon edut, ja samasta syystä kasvihuonetuotannon sijasta voidaan valita avomaaviljely. Haitallisia ympäristövaikutuksia pyritään välttämään myös siten, että tuotannossa käytetään kotimaisia ja uusiutuvia energialähteitä. Vastauksissa kerrottiin, että yrityksissä tarkkaillaan niiden toiminnasta aiheutuvaa hiilijalanjälkeä. Vastauksista nousee esiin se, että elintarvikkeita tuottavat yritykset kokevat olevansa läheisessä yhteydessä ympäristöönsä.

*”Kyse on luonnonvara-alasta, joka on täysin riippuvainen alueen vesistöjen puhtaudesta.”*

(Kalanjalostaja, alle kymmenen työntekijää, Etelä-Savo)

*”Luomu, pölytyksen kannalta esim. tärkeää että ympäristö kunnossa.”*

(Muiden elintarvikkeiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Etelä-Savo)

*”Luonnon keskellä eletään sopusoinnussa. Vetsivoima energiana.”*

(Myllytuotteiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Etelä-Savo)

Yhteisövastuuseen liittyvät aiheet ovat niin ikään tärkeitä Etelä-Savon elintarvikeyrityksille. Nämä kysymykset ovat erittäin tärkeitä 24 prosentille, melko tärkeitä 43 prosentille ja tärkeitä 24 prosentille vastaajista (yhteensä 91 %). Viisi prosenttia vastaajista kokee, että aiheet ovat liiketoiminnan kannalta vain vähän tärkeitä ja kolmelle prosentille ne eivät ole ollenkaan tärkeitä.

Raaka-aineiden ja palveluiden hankkiminen lähialueelta nimettiin useimmin tavaksi, jolla yhteisövastuusta huolehtiminen näkyy yrityksen liiketoiminnassa. Myös työllistäminen, paikallisen tarjonnan kasvattaminen ja yritysten välisen yhteistyön toteuttaminen esimerkiksi kuljetusten osalta saivat useampia mainintoja vastauksissa. Näiden lisäksi vastauksissa mainittiin muun muassa, että yritykset osallistuvat yhteisön toimintaan (esimerkiksi sponsoroimalla paikallisia seuroja), toimivat vastuunalaisella ja luotettavalla tavalla sekä vilkastuttavat alueen taloutta luomalla työpaikkoja ja kerryttämällä verotuloja. Lisäksi yrityksissä koetaan, että ympäristönäkökulmat huomioimalla kannetaan vastuuta myös yhteisön hyvinvoinnista.

*”Käytetään paikallisia toimijoita mahdollisimman pitkälle (marjat ostetaan niin paljon kuin mahdollista, paikalliset pankit, vakuutusyhtiöt jne..)”*

(Juomien valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Etelä-Savo)

*”Toimitaan käytännössä keskellä ei mitään olevalla kylällä, mutta kyllähän tää toiminta omalta osaltaan elävöittää huomattavasti tätä kylää!”*

(Maitotuotteiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Etelä-Savo)



Luomuruokaa tarjolla. (Kuva: Leena Viitaharju)

*”Työllistän läheltä paljon toimijoita, jotka muuten olisivat mitä luultavimmin työttöminä, verot maksan paikalliselle alueelle, markkinoin myös tuotteita parhaani mukaan paikallisille jotta raha pysyisi ja kiertäisi paikallisella alueella.”*

(Maitotuotteiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Etelä-Savo)

*”Kuljetusliikkeet työllistyvät. -- Kuljetuksien suhteen tehdään yhteistyötä myös alueella toimivien muiden saman alan yritysten kanssa.”*

(Leipomotuotteiden valmistaja, alle 30 työntekijää, Etelä-Savo)

Julkisen sektorin tarjouspyyntöön on vastannut noin 53 prosenttia kyselyyn vastanneista Etelä-Savon elintarvikeyrityksistä. Pari yritystä on vastannut tarjouspyyntöön yhteistyössä muiden yritysten kanssa. Syitä, miksi tarjouspyyntöihin ei ole vastattu, mainittiin mm. että ne koetaan hankaliksi tai yritykselle kannattamattomiksi. Vastauksissa todettiin myös, että tarjouspyynnöt ovat koskeneet liian suuria kokonaisuuksia tai ne sitovat yrittäjän liian pitkäksi ajanjaksoksi. Toisaalta vastauksissa kuitenkin toivottiin, että paikallisten elintarvikkeiden osuus julkisista hankinnoista kasvaisi.

*”Julkisen sektorin tarjouspyynnöt ovat menneet hepreaksi ja kasvottomaksi. Vaikeaselkoisiin tarjouspyyntöihin on vaikea vastata ja saada henkilökohtaista kontaktia tarjouksen pyytäjältä.”*

(Hedelmien, kasvien ja marjojen jalostaja, alle kymmenen työntekijää, Etelä-Savo)

*”Koulut, virastot -julkinen sektori polkee hintoja.”*

(Lihat tuotteiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Etelä-Savo)

*”Julkisella puolella melkosen päätöntä tuo hintakilpailu.”*

(Leipomotuotteiden valmistaja, alle 30 työntekijää, Etelä-Savo)

*”Esim kouluruokailussa pitäisi käyttää paikallisia toimittajia eikä vain katsoa hintaa. Omassa kunnassa pyörivät eurot antavat taloudellista hyvinvointia moneen talouteen ja siten on kokonaistaloudellisempaa kuin halvin vaihtoehto”*

(Lihat tuotteiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Etelä-Savo)

### 3.3.3 HANKINTARENKAILE JA -YKSIKÖILLE LÄHETETYN KYSELYN TULOKSIA<sup>30</sup>

Etelä-Savossa keskimäärin kymmenen prosenttia julkisten ammattikeittiöiden käyttämistä elintarvikkeista ostetaan omasta maakunnasta. Paikallisia elintarvikkeita ostetaan vuosittain noin 0,21 miljoonan euron arvosta. Muualta Suomesta ostetaan noin 70 prosenttia tuotteista. Loput 20 prosenttia ostetaan ulkomailta. Etelä-Savossa lähiruoaan osuus on suurin leipomotuotteiden sekä hedelmä-, kasvis- ja marjatuotteiden kohdalla (kuvio 16) (Määttä ym., 2013). Merkittävimmiksi paikallisiksi tuotteiksi mainittiin juurekset, vihannekset, leipomotuotteet, peruna, marjat, kala sekä lihatuotteet.

Hankintarenkaat ja -yksiköt arvioivat paikallisten elintarvikkeiden käytön kaksinkertaistuvan vuoteen 2020 mennessä (kuvio 17). Ulkomailta tuotavien elintarvikkeiden määrän arvioitiin vähenävän. Tämä tulevaisuuden arvio perustuu kuitenkin vain yhden hankintarenkaan arvioon, joten se ei välttämättä anna realistista kuvaa koko maakunnan tasosta. Samasta syystä johtuen vastaajan antamia täsmällisiä tietoja ei tässä raportoida.

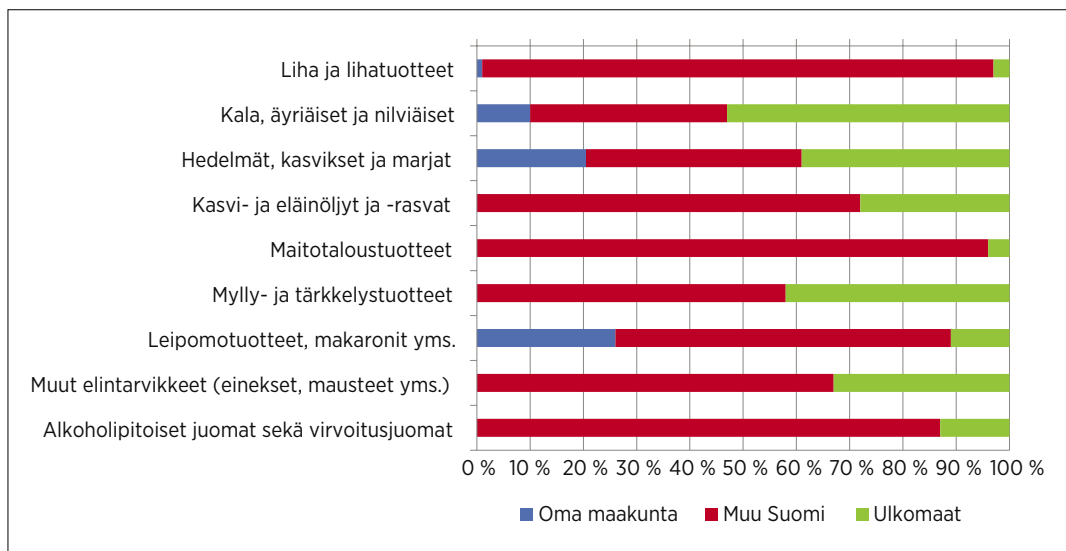
Tällä hetkellä kyselyyn vastanneet hankintarenkaat ja -yksiköt käyttävät melko vähän luomutuotteita. Keskimäärin alle kolme prosenttia käytetyistä elintarvikkeista on tulosten mukaan luomua (kuvio 18). Luomutuotteiden osuuden arvioitiin kuitenkin kasvavan hieman vuoteen 2020 men-

nessä. Arvioiden mukaan vuonna 2020 luomun osuus olisi neljä - viisi prosenttia elintarvikkeista. Vastauksissa todetaan, että hankinnoissa pyritään tällä hetkellä suosimaan ensisijaisesti paikallista ja kotimaista tuotantoa, ei niinkään luomutuotantoa.

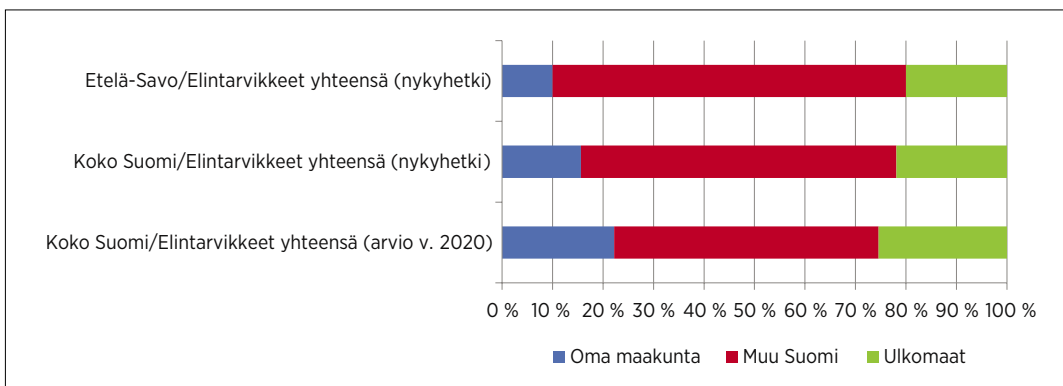
Vastauksissa tuotiin esiin monia trendejä, jotka vaikuttavat julkisiin elintarvikehankintoihin vuoteen 2020 mennessä. Kotimaisuus ja paikallisuus sekä elintarvikkeiden terveysvaikutukset ja eri keittiöitä koskevat ruokasuositukset nähtiin merkittäviksi lähivuosien trendeiksi. Kuntien talouden kiristyminen edellyttää tarkempaa hintavertailua ja kilpailutusta elintarvikehankinnoissa. Vastauksissa arvioitiin myös, että ruoantuotannosta aiheutuvat vaikutukset huomioidaan yhä tarkemmin.

Vastauksissa todettiin, että hankintarenkaat ja -yksiköt tekevät nykyisin yhteistyötä niin ruokapalveluvastaavien, elintarvikeyritysten kuin tukkuliikkeiden kanssa. Vastaajat esittivät useita keinoja, joiden avulla paikallisten elintarvikkeiden osuutta hankinnoista voitaisiin kasvattaa. Vastausten perusteella hankintarenkailla on kiinnostusta paikallisten elintarvikkeiden hankintaan, ja niissä toivotaankin tarjonnan lisäämistä. Hankintalakiin ja tarjousten tekemiseen liittyvä koulutus voisi rohkaista useampia paikallisia tuottajia vastaamaan julkisen sektorin tarjouspyyntöihin. Toisaalta vastauksissa kiinnitettiin huomiota siihen, että tuottajien toiminnan pitäisi olla riittävän laajamittaista. Paikallisten tuotteiden käyttöä

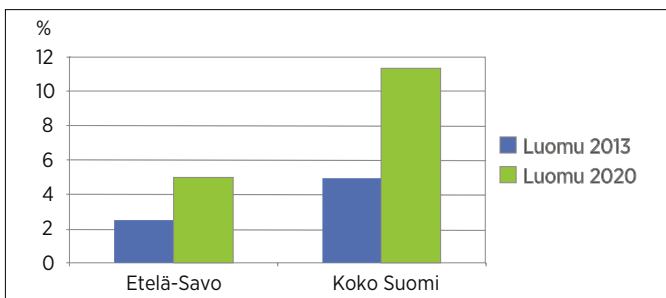
<sup>30</sup> Etelä-Savon osalta nykyisten elintarvikeostojen jakautumisessa on käytetty aikaisemman selvityksen (Määttä, Väisänen & Törmä, 2013) tuloksia, koska siinä oli mukana useampi hankintarengas/-yksikkö kuin tämän selvityksen yhteydessä toteutetusta kyselystä.



**Kuvio 16.** Etelä-Savon hankintarenkaiden ja -yksiköiden hankintojen jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille.



**Kuvio 17.** Etelä-Savon hankintarenkaiden ja -yksiköiden hankintojen jakautuminen eri alueille vuosina 2013 ja 2020.



**Kuvio 18.** Etelä-Savon hankintarenkaiden ja -yksiköiden luomuhankintojen osuus vuosina 2013 ja 2020.

voidaan lisätä myös järjestelemällä toimitukset sujuviksi, hinnoittelemalla tuotteet kilpailukykyiselle tasolle sekä tuottamalla jalostusasteeltaan ja pakkauskooltaan sopivia tuotteita. Paikallisuutta voidaan edistää myös poliittisen päätöksenteon avulla antamalla hankintarenkaille lisää rahaa hankintoihin sekä muuttamalla hankintalakia tarvittavilta osin.

### 3.3.4 MAATALOUDEN JA ELINTARVIKE-TEOLLISUUDEN ALUETALOUDELLISET VAIKUTUKSET

#### 3.3.4.1 Nykytilanteen vaikutukset

Etelä-Savon maatalouden vaikutus maakunnan BKT:hen on yhteensä noin 4,1 prosenttiyksikköä eli lähes 160 miljoonaa euroa. Alueen maatalouden vaikutus maakunnan työllisyyteen on taloudellista vaikutusta merkittävämpi, yhteensä noin 7,7 prosenttiyksikköä eli 5 025 henkilötyövuotta. Laskelmien perusteella elintarvikkeiden ja juomien valmistuksen vaikutus Etelä-Savon BKT:hen on yhteensä noin 4,2 prosenttiyksikköä. Elintarviketeollisuuden alatoimialoista lihanjalostuksella ja teurastuksella on suurin vaikutus BKT:hen, noin

2,0 prosenttiyksikköä. Myös leipomotuotteiden valmistuksella on merkittävä vaikutus maakunnan BKT:hen, noin 1,7 prosenttiyksikköä.

Etelä-Savon elintarvikkeiden ja juomien valmistuksen vaikutus maakunnan BKT:hen on miljoonissa euroissa tarkasteltuna yhteensä noin 165 miljoonaa euroa. Suuren osan tästä kattavat lihanjalostuksen ja leipomotuotteiden valmistuksen vaikutukset, jotka molemmat vaikuttavat alueen talouteen yli 60 miljoonalla eurolla. Kolmanneksi suurin vaikutus on hedelmien, marjojen ja vihannesten jalostuksella, jonka vaikutus maakunnan talouteen on lähes 12 miljoonaa euroa. Elintarvikkeiden ja juomien valmistuksella on selkeä vaikutus myös Etelä-Savon työllisyyteen. Elintarviketeollisuuden vaikutus alueen työllisyyteen on yhteensä noin 2,6 prosenttiyksikköä, mikä tarkoittaa reilua 1 700 henkilötyövuotta. Elintarvikkeiden valmistuksen alatoimialoista selvästi eniten työllistävät lihanjalostus ja teurastus sekä leipomotuotteiden valmistus. Yli 100 henkilötyövuotta työllistää myös hedelmien, marjojen ja vihannesten jalostus.

Etelä-Savon elintarviketeollisuuden työllisyyskerroin on 2,1. Tämä tarkoittaa sitä, että yksi eteläsavolainen elintarviketeollisuuden työntekijä

**Taulukko 11.** Maatalouden ja elintarviketeollisuuden vaikutukset Etelä-Savossa.

Toimiala	BKT (%-yksikköä)	BKT (milj. euroa)	Työllisyys (%-yksikköä)	Työllisyys (htv)
<b>MAATALOUS</b>	<b>4,06</b>	<b>158,43</b>	<b>7,71</b>	<b>5 025</b>
Lihanjalostus ja teurastus	1,98	77,15	1,30	850
Kalanjalostus	0,11	4,27	0,06	42
Hedelmien, marjojen ja vihannesten jalostus	0,30	11,87	0,20	129
Maitotuotteiden valmistus	0,06	2,33	0,06	38
Myllytuotteiden valmistus	0,05	2,10	0,05	30
Leipomotuotteiden valmistus	1,67	65,16	0,84	551
Muu elintarvikkeiden valmistus	0,01	0,22	0,04	24
Eläinten ruokien valmistus	0,02	0,81	0,03	23
Juomien valmistus	0,04	1,50	0,04	29
<b>ELINTARVIKETEOLLISUUS YHTEENSÄ</b>	<b>4,24</b>	<b>165,42</b>	<b>2,63</b>	<b>1 714</b>

työllistää kerroinvaikutusten kautta 1,1 muuta: 0,7 kohdistuu muuhun elintarviketatuun ja 0,4 muihin toimialoihin. Maatalouden työllisyyskerroin on Etelä-Savossa 1,1. Näin ollen yksi maatalouden työntekijä luo kerroinvaikutusten kautta 0,1 muuta työpaikkaa.

3.3.4.2 Tulevaisuuden vaikutukset

Etelä-Savosta kyselyyn vastanneet hankintarenkaat ilmoittivat hankkivansa tällä hetkellä 10 prosenttia elintarvikkeista omasta maakunnasta. He arvioivat, että vuonna 2020 oman maakunnan hankintojen osuus olisi noin 25 prosenttia eli lähituotteiden hankinnassa olisi odotettavissa melko suurta kasvua. Tällä hetkellä hankintarenkaiden elintarvikkeiden kokonaishankintojen arvo oli 2,12 miljoonaa euroa, joista oman maakunnan hankintoihin käytettiin siis 0,21 miljoonaa euroa. Tulevaisuudessa oman maakunnan elintarvikehankintojen arvo nousisi 0,53 miljoonaan euroon. Muutos oman maakunnan tuotteisiin käytetyssä rahamäärässä olisi siis 0,32 miljoonaa euroa.

Jos Etelä-Savon hankintarenkaat käyttäisivät siis 320 000 euroa lisää oman maakunnan elintarvikehankintoihin, vaikuttaisi se alueen työllisyyteen 44,1 henkilötyövuotta. Näin ollen sataatuhatta euroa kohden, joka käytetään paikallisten elintarvikkeiden ostoon, vaikutetaan maakunnan työllisyyteen 13,9 henkilötyövuoden verran, kun

otetaan huomioon myös kerroinvaikutukset. Työllisyysvaikutusten lisäksi paikallisten elintarvikkeiden käyttö julkisissa keittiöissä vaikuttaa myös alueen talouteen. Etelä-Savon osalta vaikutus bruttokansantuotteeseen olisi 2,6 miljoonaa euroa, jos julkisia elintarvikehankintoja kohdistettaisiin omaan maakuntaan lisää arvioitu 0,32 miljoonaa euroa.

**Taulukko 12.** Tulevaisuuden (v. 2020) vaikutukset Etelä-Savon taloudelle ja työllisyydelle nykytilanteeseen nähden.

	Paikallisten tuotteiden käytön vaikutukset
Vaikutus työllisyyteen (htv)	44,1
Vaikutus työllisyyteen (htv) / 100 000 €	13,9
Vaikutus BKT:hen (milj. €)	2,6

Etelä-Savon osalta aluetalousvaikutuksia on selvitetty aikaisemminkin (Määttä, Väisänen & Törmä, 2013). Tuossa raportissa tarkasteltiin erilaisia vaihtoehtoisia kasvuskenaarioita, joissa julkisten keittiöiden paikalliset ostot kasvaisivat 15, 25 tai 45 prosenttia. Tässä käsillä olevassa raportissa vaikutuslaskelmat perustuvat julkisten keittiöiden ilmoittamiin muutoksiin oman maakunnan raaka-aineiden ostoissa.



## 3.4 KAINUU

### 3.4.1 MAATALOUS JA ELINTARVIKE-TEOLLISUUS KAINUUSSA

Maakunnan luontoa hallitsevat vaarat, erämaat ja vesistöt. Idemmäksi mentäessä Kainuun ilmastossa näkyy selvästi mantereisuus. Oulujärven ympäristössä ilmasto on lämpimämpi kuin idempänä. Maakunta on talvisin Suomen lumisinta aluetta. Maakunnan asukasluku oli vuoden 2012 lopussa 80 685 henkilöä. Kainuun alueella oli vuoden 2012 tietojen mukaan 988 maatilaa ja 852 viljelijää. Eniten (315) tiloja oli keskittynyt luokkaan muu kasvintuotanto. Toiseksi eniten (314) oli lypsykarjatilajoja. Kolmanneksi eniten (127) oli viljanviljelytiloja. (Ilmatieteen laitos, 2013; Koko Kainuu verkossa, 2013; Matilda, 2013).

Kasvinviljely ja kotieläintalous työllistivät Kainuussa 904 henkilöä vuonna 2011. Toimipaikkojen määrä oli 719. Eniten työllisti kotieläintalous (570 henkilöä) ja varsinkin lypsykarjan kasvatus (435 henkilöä). Seuraavaksi eniten (203 henkilöä) työllistivät ns. sekatilat eli yhdistetty kasvinviljely ja kotieläintalous. Koko alkutuotannon liikevaihto oli 63,8 miljoonaa euroa Kainuussa vuonna 2011. (Toimiala Online, 2013).

Elintarvikkeiden valmistus työllisti Kainuussa 188 henkilöä vuonna 2011. Alan liikevaihto oli 38,2 miljoonaa euroa. Eniten liikevaihtoa kertyi hedelmien ja kasvien jalostuksessa, noin 23 miljoonaa euroa. Toimiala työllisti 57 henkilöä. Eniten työllisti kuitenkin leipomotuotteiden valmistus, jonka palveluksessa työskenteli 92 henkilöä. (Toimiala Online, 2013).

**Taulukko 13.** Kainuun elintarvikealan toimipaikat.

Toimiala	Toimipaikat 2013 (kpl) <sup>31</sup>	Toimipaikat 2012 (kpl) <sup>32</sup>
Teurastus ja lihanjalostus	5	5
Kalanjalostus	4	2
Hedelmien ja kasvien jalostus ja säilöntä	10	11
Maitotaloustuotteiden valmistus	3	3
Mylly- ja tärkkelystuotteiden valmistus	4	4
Leipomotuotteiden, makaronien yms. valmistus	15	12
Muiden elintarvikkeiden valmistus	7	3
Juomien valmistus	3	3
<b>Yhteensä</b>	<b>51</b>	<b>43</b>

<sup>31</sup> Tiedot: Ruoka-Suomi, 2013.

<sup>32</sup> Tiedot: Toimiala Online, 2013.

### 3.4.2 YRITYSKYSELYN TULOKSIA

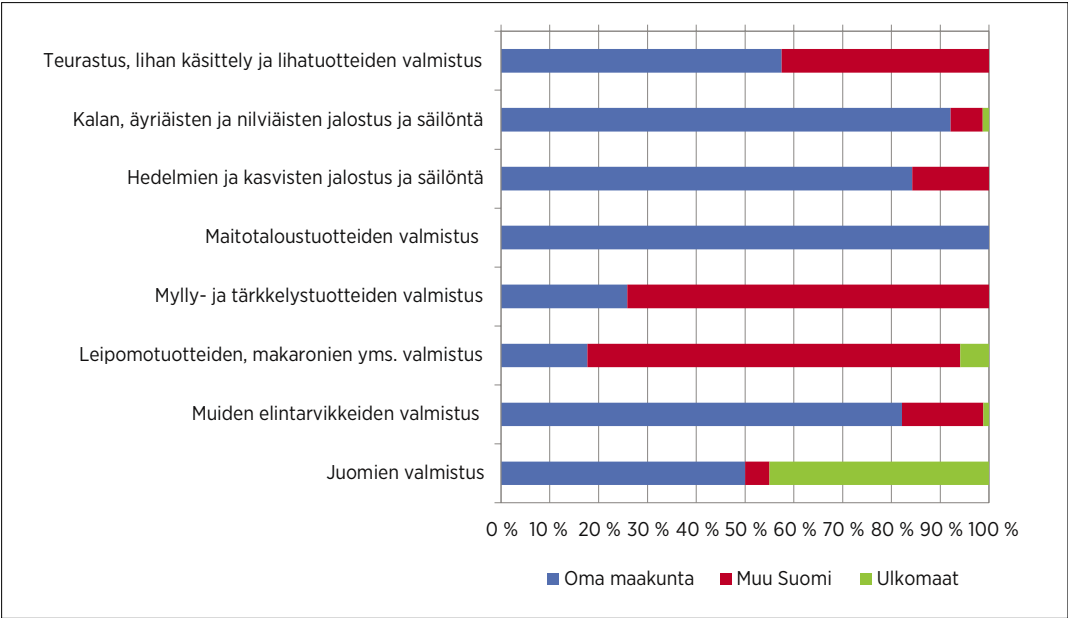
Kainuusta kyselyyn vastasi 37 elintarvikealan yritystä. Niistä viiden päätoimialana oli hedelmien, kasvien ja marjojen jalostus. Myös leipomotuotteita, makaroneja ja vastaavia tuotteita valmistavista yrityksistä viisi vastasi kyselyyn. Kyselyyn ei vastannut yhtäkään kasvi- ja eläinöljyjen ja -rasvojen tai eläinten ruokien valmistajaa. Loput vastaajat jakautuivat melko tasaisesti muille alatoimialoille.

Kainuussa elintarvikeyritykset ostavat keskimäärin 67 prosenttia alkutuotannon raaka-aineistaan omasta maakunnasta. Muualta Suomesta ostetaan noin 30 prosenttia ja ulkomailta noin kolme prosenttia raaka-aineista. Kainuussa eniten omasta maakunnasta alkutuotannon raaka-aineita ostavat maitotuotteiden valmistajat, jopa sata prosenttia (kuvio 19). Myös kalanjalostajat, hedelmien, kasvien ja marjojen jalostajat, muiden elintarvikkeiden valmistajat sekä lihanjalostajat ostavat yli puolet alkutuotannon raaka-aineista omasta maakunnasta. Vähiten oman maakunnan raaka-aineita käyttävät leipomotuotteiden valmistajat, hieman alle 20 prosenttia. Muualta Suomesta raaka-aineita ostavat eniten mylly- ja leipomotuotteiden valmistajat<sup>33</sup>. Juomien valmistajat käyttävät eniten ulkomaisia raaka-aineita, noin 45 prosenttia.

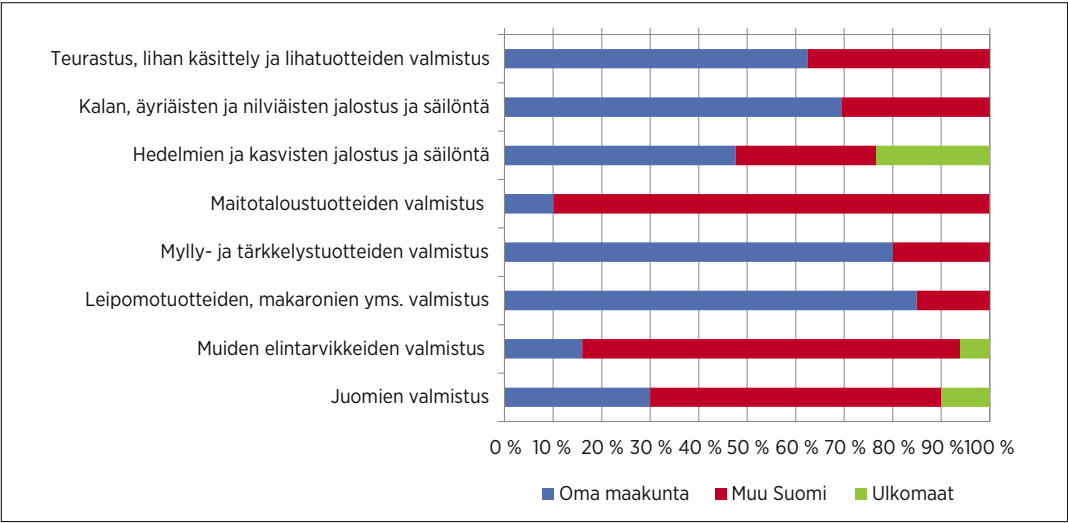
Suurin osa, noin 73 prosenttia, kyselyyn vastanneista yrityksistä arvioi, että paikallisten alkutuotannon raaka-aineiden käyttö tulee pysymään tulevaisuudessakin nykyisellä tasolla. Vastaavasti noin 27 prosenttia vastaajista arvioi paikallisten raaka-aineiden käyttöosuuden kasvavan nykyisestään. Yksikään yritys ei arvioinut, että paikallisten raaka-aineiden käyttö tulisi vähenemään tulevaisuudessa.

Vastausten perusteella Kainuun elintarvikeyrityksissä olisi enemmänkin kiinnostusta kasvattaa paikallisten raaka-aineiden osuutta tuotannossa, mutta raaka-aineiden tarjonta on ollut yritysten näkökulmasta rajallista. Joitakin tarvittavia raaka-aineita ei tuoteta lainkaan paikallisesti eikä välttämättä muuallakaan Suomessa. Osa raaka-aineista hankitaan yritysten lähiympäristöstä, mutta naapurimaakunnan puolelta. Osa yrityksistä ilmoitti paikallisten raaka-aineiden osuuden pysyvän nykyisellä tasolla, koska ne käyttävät tuot-

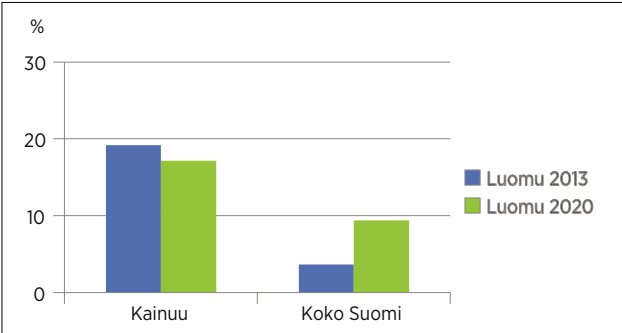
<sup>33</sup> Yksi vastaaja on ilmoittanut päätoimialakseen leipomotuotteiden valmistuksen, mutta ostojen jakautuminen on ilmoitettu myllytuotteiden kohdalla. Vastaavia tilanteita on muissakin maakunnissa. Ne johtuvat ilmeisesti siitä, että kyseisillä aloilla toiminta on osin samankaltaista. Raportoidut tulokset perustuvat vastaajien ilmoituksiin. Jos kyseisen vastaajan tiedot siirrettäisiin leipomotuotteisiin, koko maakuntaa koskevat tulokset muuttuisivat myllytuotteiden osalta. Tällöin myllytuotteissa yli puolet raaka-aineista ostettaisiin omasta maakunnasta. Leipomotuotteisiin siirrolla ei olisi olennaista vaikutusta, koska kyseisen vastaajan tiedot ovat samansuuntaisia kuin muidenkin alalla toimivien.



Kuvio 19. Kainuun elintarvikeyritysten raaka-aineostojen jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille.



Kuvio 20. Kainuun elintarvikeyritysten myynnin jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille.



Kuvio 21. Kainuun elintarvikeyritysten luomutuotannon osuus vuosina 2013 ja 2020.



nossa pelkästään omassa maakunnassa tuotettuja raaka-aineita. Joissakin tapauksissa kaikki raaka-aineet tuotetaan oman yrityksen sisällä.

*”Kaikki raaka-aineet otetaan omasta maakunnasta mitä vain on saatavilla.”*

(Leipomotuotteiden valmistaja, alle 30 työntekijää, Kainuu)

Kyselyyn vastanneet yritykset myyvät keskimäärin noin 48 prosenttia tuotteistaan omaan maakuntaan. Muualle Suomeen myydään noin 50 prosenttia ja ulkomaille noin kaksi prosenttia yritysten tuotteista. Eniten omaan maakuntaan myyvät mylly- ja leipomotuotteiden valmistajat, jotka myyvät maakuntaan noin 80 prosenttia tuotteistaan (kuvio 20). Myös lihan- ja kalanjalostajat myyvät yli puolet tuotteistaan omaan maakuntaan. Muualle Suomeen myyvät eniten maitotuotteiden valmistajat, joiden myynnistä lähes 90 prosenttia kohdistuu muualle Suomeen. Ulkomaiden osuus myynnistä on suurin hedelmien, kasvien ja marjojen jalostajilla, jotka vievät yli 20 prosenttia tuotteistaan.

Kyselyn perusteella Kainuun elintarvikeyritykset myyvät noin puolet tuotteistaan tukkumyyniin. Vähittäiskaupan osuus on noin 27 prosenttia ja suoramyynnin noin 15 prosenttia. Ruokapalve-

luita tarjoaville tahoille myydään lähes kymmenen prosenttia elintarvikkeista. Vastauksista ilmeni, että suoramyynti on monille yrityksille tärkein myyntikanava ja sen osuutta pyritään kasvattamaan esimerkiksi verkkokaupan avulla.

Luumutuotteiden osuus kyselyyn vastanneiden Kainuun elintarvikeyritysten tuotteista on nykytilanteessa melko korkea, noin 19 prosenttia (kuvio 21). Useassa yrityksessä luomun osuudeksi ilmoitettiin sata tai lähes sata prosenttia. Nämä yritykset edustivat usean eri toimialan yritystä, joten luomun korkeaa osuutta ei ollut mahdollista yhdistää tiettyihin toimialoihin. Luomutuotteiden osuuden arvioitiin hieman laskevan vuoteen 2020 mennessä. Arvioiden mukaan noin 17 prosenttia tuotteista olisi luomua vuonna 2020. Vähenneminen johtuu suurelta osin siitä, että moni sellainen yritys, jonka tuotannossa luomulla on nykyisin merkittävä asema, ei esittänyt kyselyssä tulevaisuudenarviotaan. Tulosten perusteella voisi siis arvioida, että luomutuotannon osuus pysyy lähivuosina suunnilleen nykyisellä tasolla.

Kyselyn tulosten perusteella voidaan sanoa, että Kainuun elintarvikeyritykset ovat optimistisia tulevaisuuden suhteen. Liikevaihdon arvioitiin pääsääntöisesti kasvavan nykytilanteesta. Kyselyyn vastanneista yrityksistä 61 prosenttia arvioi liikevaihtonsa kasvavan vuosien 2013 ja 2020 vä-



Kannattava alkutuotanto takaa raaka-aineiden riittävyyden. (Kuva: Outi Hakala)

lillä. Vain yksi yritys ilmoitti liikevaihtonsa pienevän. Vastaavasti 35 prosenttia vastaajista ilmoitti liikevaihdon pysyvän nykyisellään. Niiden yritysten, jotka ilmoittivat liikevaihtonsa kasvavan, kasvuarvot vaihtelivat reilun kymmenen prosentin kasvusta jopa yli kahdensadan prosentin kasvuun. Kaikkien kyselyyn vastanneiden Kainuun yritysten liikevaihdon kasvuarvio oli keskimäärin 27 prosenttia vuosien 2013 ja 2020 välillä. Tämä arvio on lähellä koko Suomea koskevaa keskimääräistä kasvuarviota.

Vastauksista ilmenee, että yrityksissä pyritään hallittuun kasvuun. Tuotteille olisi enemmänkin kysyntää, mutta raaka-aineiden saatavuus rajoittaa jossain määrin tuotannon kasvattamista. Vastauksissa kerrotaan, että kasvua voidaan saada kehittämällä tuotteita, monipuolistamalla myyntikanavia ja ryhtymällä viemään tuotteita ulkomaille.

*”Yrityksessä intoa uudistua, tietoisuus ruoan alkuperästä vahvistuu asiakkaiden keskuudessa.”*

(Hedelmien, kasvien ja marjojen jalostaja, alle kymmenen työntekijää, Kainuu)

Kyselyssä selvitettiin myös elintarvikeyritysten näkemyksiä siitä, mitkä muutostrendit vaikuttavat

merkittävimmin niiden liiketoimintaan vuoteen 2020 mennessä. Useimmin vastauksissa mainittiin lähiruoan suosion kasvaminen. Vastauksissa kuvattiin kuluttajien tiedostavan yhä paremmin, millaiset elintarvikkeet ovat terveellisiä ja ympäristön kannalta kannatettavimpia. Samalla kuluttajien kiinnostus ruoan alkuperää kohtaan kasvaa. Vastauksissa ennustettiin, että ruokaskandaaleja paljastuu myös lähivuosina.

*”Lähiruuan suosion kasvu. Puhtaan suomalaisen raaka-aineen suosion nousu”*

(Muiden elintarvikkeiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Kainuu)

*”Luomun ja lähiruoan arvostuksen nousu. Puhtaan luonnon arvostus.”*

(Hedelmien, kasvien ja marjojen jalostaja, alle kymmenen työntekijää, Kainuu)

*”Toistuvat ruokaskandaalit ja kuluttajien tietoisuus omasta hyvinvoinnistaan. Suomalaisen perusruoan (vilja ja marja, kasvikset) trendikkyys ja kuluttajan löydöt omasta historiastaan ja mummojen historiasta. Diabetes ja muut erityisongelmat.”*

(Muiden elintarvikkeiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Kainuu)



Ammattilainen työssään. (Kuva: EkoCentria/Tero Takalo-Eskola)

Merkittävimmitse muutostrendeiksi nimettiin vastauksissa myös muutokset, jotka johtuvat yrityksen omista toimenpiteistä, kuten tuotekehityksestä ja markkinoinnista. Toimintaympäristön muuttumista kuvattiin yhtäältä siten, että pienempien toimijoiden mahdollisuudet parantuvat, toisaalta siten, että toiminnan kannattavuus edellyttää tuotannon kasvattamista. Vastauksissa kiinnitettiin huomiota elintarvikkeiden maailmanmarkkinoiden kehittymisen mukanaan tuomiin muutoksiin. Vastauksissa huomioitiin myös se, miten suomalaisen lainsäädännön muuttuminen vaikuttaa liiketoimintaan: yrityksissä koetaan vaikeuksia esimerkiksi erilaisten lupien saamisessa. Yhtenä näkökulmana tulevaisuuden muutostrendiksi nähtiin alkutuottajien eläköityminen ja siten raaka-ainetuotannon väheneminen, mikä rajoittaa myös elintarvikeyritysten tuotantomääriä.

Yhteiskuntavastuuseen liittyvät aiheet ovat hyvin tärkeitä monille Kainuun elintarvikealan yrityksille. Ympäristövastuu koetaan erittäin tärkeäksi 47 prosentissa, melko tärkeäksi 26 prosentissa ja tärkeäksi 26 prosentissa yrityksistä (yhteensä 99 %). Yritystoiminnassa ympäristövastuu näkyy vastausten perusteella monin erilaisin tavoin. Tuotteiden ympäristövaikutukset huomioidaan jo tuotevalikoimaa rakennettaessa. Yrityksissä suositaan paikallisia ja kotimaisia raaka-aineita ja tuotantoprosessiin valitaan vähemmän kuormittavia toimintatapoja. Jätteiden, päästöjen ja hävikin määriä pyritään minimoimaan. Vesistön suojeleminen on monissa yrityksissä hyvin tärkeässä asemassa. Tuotannon sivuvirroista kehitetään uusia tuotteita ja muutoin jätteet kierrätetään. Tuotteiden pakkausmateriaalit valitaan harkiten ja kuljetukset suunnitellaan tarkoin. Ympäristöasioihin kiinnitetään huomiota työntekijöiden koulutuksessa, ja ympäristövastuusta huolehtiminen on myös osa yritysten hakemia standardimerkkejä.

*”Kehitämme sivuvirroista tuotteita ja pyrimme huomioimaan kaikessa mahdollisimman pienen hiilijalanjäljen.”*

(Maitotuotteiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Kainuu)

*”Luomutuotantoa. Jätehuolto ja tuotevirrat harkittuja.”*

(Hedelmien, kasvien ja marjojen jalostaja, alle kymmenen työntekijää, Kainuu)

Kainuun elintarvikeyritykset kokevat vastuuta myös ympäröivästä yhteisöstään. Vastaajista 29 prosentille tämä vastuu on erittäin tärkeää, 47

prosentille melko tärkeää ja 12 prosentille tärkeää (yhteensä 88 %). Ainoastaan 12 prosentille vastaajista nämä kysymykset ovat joko vain vähän tai ei ollenkaan tärkeitä. Vastuu yhteisöstä voidaan kokea vähäiseksi, jos yhteisö ei vastavuoroisesti ole kiinnostunut yrityksen toiminnasta.

*”Paikalliset yhteisöt eivät ole kiinnostuneita mummojen tyylistä toimia. Globaalit toimintatavat ovat mielenkiintoisempia ja koukuttavampia. Mikään ei ole uutta taivaan alla ja lähellä esim. Saharan hiekka-aavikolla hiekkakakku tuskin kiinnostaa paikallisesti.”*

(Muiden elintarvikkeiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Kainuu)

Yhteisövastuu näkyy yritysten toiminnassa monipuolisesti. Elintarvikeyritykset työllistävät paikallisia asukkaita, hankkivat raaka-aineensa läheltä ja tarjoavat monenlaisia tuotteita lähiyhteisölleen. Lisäksi yritykset osallistuvat paikallisyhteisönsä toimintaan eri tavoin.

*”Kainuulaisen elintarviketuotannon puolesta toimimme.”*

(Hedelmien, kasvien ja marjojen jalostaja, alle kymmenen työntekijää, Kainuu)

*”Osallistumme aktiivisesti paikallisiin tapahtumiin. Tuemme paikallisia lasten, nuorten ja vanhusten toimintaa.”*

(Maitotuotteiden valmistaja, alle 30 työntekijää, Kainuu)

Julkisen sektorin tarjouspyyntöön on vastannut noin 47 prosenttia kyselyyn vastanneista Kainuun elintarvikealan yrityksistä. Näistä yksi on tehty yhteistyössä muiden yritysten kanssa. Yritykset eivät ole vastanneet tarjouspyyntöön, koska niiden tuotantovolyyymi ei vastaa tarjouspyyntöjen edellytyksiä tai tuotteista maksettava hinta ei ole yritysten kannalta kannattava. Joidenkin yritysten tuotteista ei ole tehty tarjouspyyntöjä. Yritys voi jättää vastaamatta tarjouspyyntöön myös siksi, että yrittäjällä on tästä aiempia negatiivisia kokemuksia. Vastausten perusteella monissa yrityksissä on kuitenkin kiinnostusta toimittaa enemmänkin tuotteita julkiselle sektorille. Tähän liittyen yritykset esittivät vastauksissaan kehittämisehdotuksia:

*”Toivottavasti tarjouskilpailut/tarjouspyynnöt avataan paremmin, jotta voi tarjota paikallisesti vaikka vain yhtä tuotetta. Toivottavasti tarjouksen pyytäjät saavat myös*

*koulutusta kuinka pientuottajilta voidaan pyytää tarjouksia (joita ei tarvitse kilpailuttaa)."*

(Maitotuotteiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Kainuu)

*"Julkisiin tarjouksiin vastaamisen tuki pitää olla jollain verorahoilla kustannetuista organisaatioilla!"*

(Hedelmien, kasvien ja marjojen jalostaja, alle kymmenen työntekijää, Kainuu)

*"Ongelmana julkisissa hankinnoissa ovat usein tuotantovolyymit. Suuret tuotantoerät vaativat lisäinvestointeja koneisiin. Tämä on taloudellisesti riskialtista koska sopimukset ovat usein lyhyitä, 1-2 vuotta. Pidemmät sopimukset toisivat mahdollisuuden investoida toimintaan enemmän. Toimittajien välinen yhteistyö toimituksissa voisi myös olla tilanetta helpottava tekijä. Se toisi enemmän varmuutta ja joustavuutta toimituksiin."*

(Kalanjalostaja, alle kymmenen työntekijää, Kainuu)

Vastauksessa todetaan, että hankintarengaskaan tarvitsemia tuotteita tarjotaan omasta maakunnasta vain vähän. Tuotantokapasiteetti ja tuotteiden jalostusaste ovat ongelmakohtia, joihin vastauksessa kiinnitettiin huomiota.

Luumutuotteiden osuus kyselyyn vastanneen hankintarengaskaan ostoista on tällä hetkellä melko vähäinen. Suurin osa luomuhankinnoista tehdään omasta maakunnasta. Luomun osuuden arvioidaan kasvavan vuoteen 2020 mennessä muutamalla prosenttiyksiköllä. Luomun osuus kokonaishankinnoista on kuitenkin pienempi kuin Suomessa keskimäärin.

Hankintojen suunnitteluvaiheessa vastaaja keskustelee ruokapalveluvastaavien, elintarviketuottajien ja tukkuliikkeiden kanssa. Vastauksen perusteella kyseisessä hankintarengaskaassa on kiinnostusta paikallisten elintarvikkeiden osuuden kasvattamiseen. Tämä edellyttää elintarviketuottajien aktiivisuutta ja halua kehittää tuotteita. Lisäksi toimitusten logistiikka on pystyttävä järjestämään sujuvaksi. Hankintarengaskaan näkökulmasta on ongelmallista, jos hankintoja täytyy tehdä monilta eri tuottajilta, jotka toimittavat ja laskuttavat tuotteistaan erikseen.

### 3.4.3 HANKINTARENGASKAILLE JA -YKSIKÖILLE LÄHETETYN KYSELYN TULOKSIA

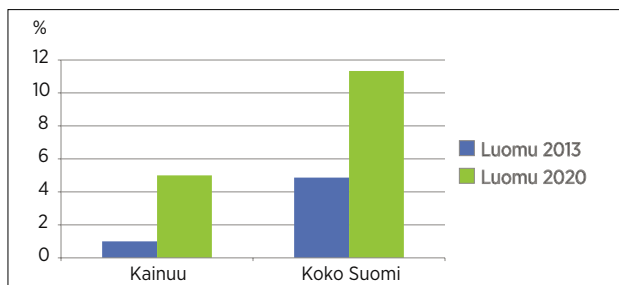
Kainuusta saatiin yksi vastaus hankintarengaskyselyyn. Tässä vastauksessa ei ilmoitettu, missä suhteessa yksikössä hankitaan elintarvikkeita omasta maakunnasta, muualta Suomesta tai ulkomailta. Näin ollen Kainuun hankintarengaskaiden osalta voidaan esittää ainoastaan kuvailevia tuloksia.

Kyselyyn vastannut hankintarengas ostaa omasta maakunnasta etenkin leipomotuotteita. Lisäksi marjatuotteita, vihanneksia, juureksia ja leipomotuotteita hankitaan yksikön toimintapisteiden läheisyydestä, mutta maakuntarajan ylittäen.

### 3.4.4 MAATALOUDEN JA ELINTARVIKETEOLLISUUDEN ALUETALOUDELLISET VAIKUTUKSET

#### 3.4.4.1 Nykytilanteen vaikutukset

Kainuussa maatalouden vaikutus maakunnan BKT:hen on lähes 2 prosenttiyksikköä, mikä tarkoittaa noin 40 miljoonaa euroa. Maatalouden vaikutus alueen työllisyyteen on lähes 5 prosenttiyksikköä, mikä käsittää 1 792 henkilötyövuotta. Maataloudella on näin ollen suurempi vaikutus maakunnan työllisyyteen kuin talouteen.



**Kuvio 22.** Kainuun hankintarengaskaiden ja -yksiköiden luomuhankintojen osuus vuosina 2013 ja 2020.<sup>34</sup>

<sup>34</sup> Kainuusta kyselyyn vastasi vain yksi hankintarengas. Yksittäinen vastaus on raportoitu, koska kyseinen hankintarengas vastaa suurimmasta osasta maakunnan julkisia elintarvikehankintoja.

**Taulukko 14.** Maatalouden ja elintarviketeollisuuden vaikutukset Kainuussa.

Toimiala	BKT (%-yksikköä)	BKT (milj. euroa)	Työllisyys (%-yksikköä)	Työllisyys (htv)
<b>MAATALOUS</b>	<b>1,98</b>	<b>40,43</b>	<b>4,98</b>	<b>1792</b>
Kalanjalostus	0,02	0,49	0,02	6
Hedelmien, marjojen ja vihannesten jalostus	1,02	20,76	0,43	156
Maitotuotteiden valmistus	0,20	4,03	0,21	74
Myllytuotteiden valmistus	0,00	0,10	0,00	2
Leipomotuotteiden valmistus	0,49	9,93	0,36	130
Muu elintarvikkeiden valmistus	0,04	0,88	0,02	9
Juomien valmistus	0,01	0,14	0,02	7
<b>ELINTARVIKETEOLLISUUS YHTEENSÄ</b>	<b>1,78</b>	<b>36,33</b>	<b>1,06</b>	<b>383</b>

Elintarvikkeiden ja juomien valmistuksen toimialalla ei ole erityisen suurta merkitystä Kainuussa. Elintarviketeollisuuden vaikutus maakunnan BKT:hen on noin 1,8 prosenttiyksikköä eli noin 36 miljoonaa euroa. Suurimmat alan vaikutukset syntyvät hedelmien, marjojen ja vihannesten jalostuksen sekä leipomotuotteiden valmistuksen aloilta. Hedelmien, marjojen ja vihannesten jalostuksen vaikutus aluetalouteen on lähes 21 miljoonaa euroa. Leipomotuotteiden vaikutus maakunnan talouteen on lähes 10 miljoonaa euroa. Lihanjalostusta, rasvojen ja öljyjen valmistusta sekä eläinten ruokien valmistusta ei tilastojen mukaan ole Kainuussa. Lihaa kyllä maakunnassa tuotetaan, mutta se luokitellaan tilastoissa alkutuotannoksi. Elintarvikkeiden ja juomien valmistuksen vaikutus Kainuun työllisyyteen on noin 1,1 prosenttiyksikköä eli 383 henkilötyövuotta. Eniten alalla työllistää hedelmi-, marjojen ja kasvien jalostus, 156 henkilötyö-

vuotta. Myös leipomotuotteiden valmistus työllistää maakunnassa yli 100 henkilötyövuotta.

Elintarviketeollisuuden työllisyyskerroin Kainuussa on 1,7. Näin ollen yksi elintarviketeollisuuden työntekijä työllistää kerroinvaikutusten kautta 0,7 muuta: 0,6 kohdistuu muuhun elintarvikeketjuun ja 0,1 muihin toimialoihin. Maatalouden työllisyyskerroin on 1,0, jonka mukaan maatalouden työntekijä ei luo kerroinvaikutusten kautta lisää työpaikkoja. Tämä johtuu muun muassa vuodoista alueen ulkopuolelle.

#### 3.4.4.2 Tulevaisuuden vaikutukset

Tulevaisuuden vaikutuksia ei voitu laskea Kainuun osalta, koska maakunnan hankintarenkailta ei saatu kaikkia laskelmien tekemiseen tarvittavia tietoja.

3.5
KANTA-HÄME<sup>35</sup>

3.5.1
MAATALOUS JA ELINTARVIKE-TEOLLISUUS KANTA-HÄMEESSÄ

Hämeessä on ruoantuotantoon luontaisesti hyvät edellytykset; hyvät viljelyolosuhteet mahdollistavat viljelijöille tuotantosuunnan valinnan useiden eri vaihtoehtojen välillä. Lisäksi elintarviketeollisuuteen on tehty lähiaikoina huomattavia investointeja. Pidetään luonnollisena, että Hämeen maa- ja elintarviketalous on myös tulevaisuudessa kilpailukykyinen, sillä ruoan kulutuskin kohdistuu eteläiseen Suomeen. (Kasvua Hämeessä, 2007.) Vuoden 2012 tilastojen mukaan Hämeessä on 4 228 maatilaa. Tämä käsittää sekä Kanta-Hämeen että Päijät-Hämeen maakuntien alueet. Yli puolet Hämeen viljelijöistä on viljanviljelijöitä. (Matilda, 2013). Kanta-Hämeessä yksivuotisten kasvien (kuten viljojen) viljelytiloja on eniten. Myös yhdistettyjä kasvinviljely- ja kotieläintiloja eli sekatiloja on Kanta-Hämeessä paljon. (Toimiala Online, 2013.)

Kanta-Hämeessä on 98 elintarvikkeiden valmistuksen toimipaikkaa vuoden 2012 tietojen mukaan, minkä lisäksi alueella on 3 juomien valmistuksen toimipaikkaa. Eniten toimipaikkoja on leipomotuotteiden valmistuksessa. Toiseksi eniten toimipaikkoja on hedelmien, marjojen ja vihannesten jalostuksessa. Elintarvikkeiden ja juomien jalostuksen henkilöstö oli Kanta-Hämeessä vuonna 2011 yhteensä 1 969 ja alan liikevaihto oli noin 837 miljoonaa euroa. Alatoimialoista suurin työllistäjä on maitotuotteiden valmistus, 685 henkilöä, sekä lihanjalostus, 666 henkilöä. Selvästi suurin liikevaihto on maitotuotteiden valmistuksessa, noin 409 miljoonaa euroa. Kanta-Hämeen maitotaloustuotteiden liikevaihto käsittää noin 17 prosenttia koko maan maitotaloustuotteiden liikevaihdosta. (Ruoka-Suomi, 2013; Toimiala Online, 2013.)

Taulukko 15. Kanta-Hämeen elintarvikealan toimipaikat.

Toimiala	Toimipaikat 2013 (kpl) <sup>36</sup>	Toimipaikat 2012 (kpl) <sup>37</sup>
Teurastus ja lihanjalostus	16	9
Kalanjalostus	5	2
Hedelmien ja kasvien jalostus ja säilöntä	23	11
Maitotaloustuotteiden valmistus	6	6
Mylly- ja tärkkelystuotteiden valmistus	2	4
Leipomotuotteiden, makaronien yms. valmistus	28	28
Muiden elintarvikkeiden valmistus	15	17
Juomien valmistus	3	2
<b>Yhteensä</b>	<b>98</b>	<b>79</b>

3.5.2
YRITYSKYSELYN TULOKSIA

Kanta-Hämeestä kyselyyn vastasi yhteensä 35 yritystä. Kanta-Hämeessä elintarvikeyritykset ostavat keskimäärin 20 prosenttia alkutuotannon raaka-aineistaan omasta maakunnasta. Muualta Suomesta ostetaan noin 60 prosenttia ja ulkomailta noin 20 prosenttia alkutuotannon raaka-aineista. Kanta-Hämeessä hedelmien, kasvien ja marjojen jalostajat sekä juomien valmistajat ostavat eniten alkutuotannon raaka-aineita omasta maakunnasta, noin 75 prosenttia (kuvio 23). Vähiten oman maakunnan raaka-aineita käyttävät kalanjalostajat sekä muiden elintarvikkeiden valmistajat, jotka eivät juuri oman maakunnan alkutuotannon raaka-aineita käytä. Muualta Suomesta ostavat eniten raaka-aineita lihanjalostajat sekä myllytuotteiden valmistajat, jotka ostavat muualta Suomesta yli 70 prosenttia alkutuotannon raaka-aineistaan. Ulkomaisia raaka-aineita käyttävät eniten muiden elintarvikkeiden valmistajat, noin 75 prosenttia.

Kanta-Hämeen elintarvikeyritykset myyvät noin 15 prosenttia tuotteistaan omaan maakuntaan. Muualle Suomeen vieään noin 80 prosenttia tuotteista. Ulkomaan vientiin menee noin viisi prosenttia yritysten elintarvikkeista. Toimialoitain tarkasteltuna omaan maakuntaan myyvät eniten tuotteitaan mylly- ja leipomotuotteiden valmistajat, joiden myynnistä yli 40 prosenttia jää omaan maakuntaan (kuvio 24). Vähiten omaan maakuntaan myyvät kalanjalostajat. Muualle

<sup>35</sup> Kanta-Hämeen osalta tulokset perustuvat aikaisemman selvityksen tuloksiin (Määttä & Törmä, 2012b).

<sup>36</sup> Tiedot: Ruoka-Suomi, 2013.

<sup>37</sup> Tiedot: Toimiala Online, 2013.

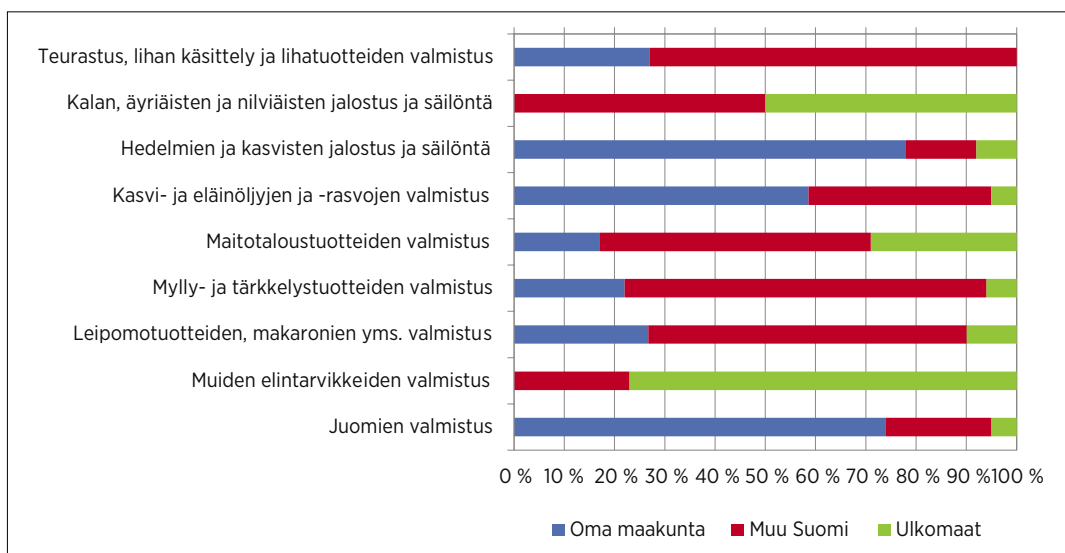
Suomeen vievät tuotteita eniten muiden elintarvikkeiden valmistajat ja kalanjalostajat, joiden myynnistä noin 90 prosenttia kohdistuu muualle Suomeen. Kalanjalostajat vievät eniten ulkomaille, noin kymmenen prosenttia tuotteistaan.

Luumutuotteiden osuus kyselyyn vastanneiden elintarvikeyritysten tuotteista on nykytilanteessa noin kaksi prosenttia (kuvio 25). Osuuden arvioitiin kuitenkin nousevan vuoteen 2020 mennessä. Arvioiden mukaan noin kahdeksan prosenttia tuotteista olisi luomua vuonna 2020.

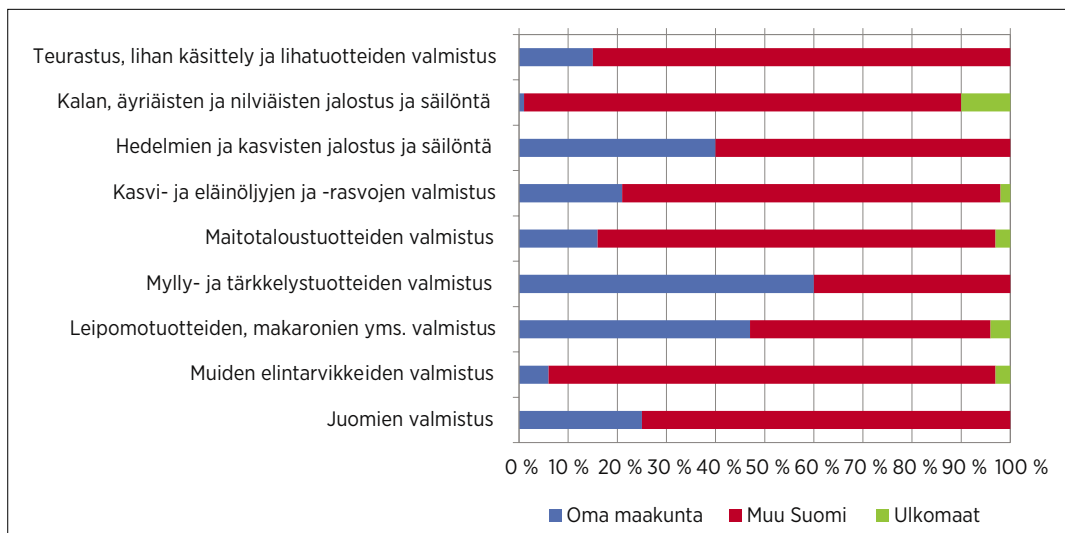
Elintarviketeollisuuden yrityksiltä kysyttiin myös, miten vastuullisuuskysymys tulee tulevaisuudessa näkymään yrityksen liiketoiminnassa.

Osa vastaajista ilmoitti vastuullisuuden olevan merkittävä ja tärkeä asia, johon panostetaan jo nyt paljon. Vielä useampi arvioi vastuullisuuden merkityksen kasvavan tulevaisuudessa.

Elintarviketeollisuuden yrityksille suunnatun kyselyn tulosten perusteella voidaan sanoa, että Kanta-Hämeen elintarvikeyritykset ovat optimistisia tulevaisuuden suhteen. Liikevaihdon arvioitiin pääsääntöisesti kasvavan nykytilanteesta. Jopa hieman yli 60 prosenttia kyselyyn vastanneista yrityksistä arvioi liikevaihtonsa kasvavan vuosien 2013 ja 2020 välillä. Vain kaksi yritystä ilmoitti liikevaihdon pienenevän. Vastaavasti 32 prosenttia vastaajista ilmoitti liikevaihdon pysyvän

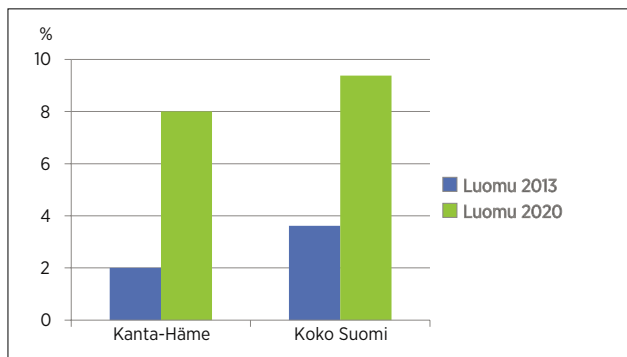


**Kuvio 23.** Kanta-Hämeen elintarvikeyritysten raaka-aineostojen jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille.



**Kuvio 24.** Kanta-Hämeen elintarvikeyritysten myynnin jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille.





**Kuvio 25.**

Kanta-Hämeen elintarvikeyritysten luomutuotannon osuus vuosina 2013 ja 2020.

nykyisellään. Niiden yritysten, jotka ilmoittivat liikevaihtonsa kasvavan, kasvuarvot vaihtelivat alle kymmenen prosentin kasvusta jopa noin sadan prosentin kasvuun. Kaikkien kyselyyn vastanneiden Kanta-Hämeen yritysten liikevaihdon kasvuarvio yhteensä oli keskimäärin 20 prosenttia vuosien 2013 ja 2020 välillä. Liikevaihdon kasvuarvot vaihtelivat toimialoittain 0 ja 50 prosentin välillä. Suurin kasvuarvio eli 50 prosentin kasvu oli leipomotuotteiden valmistajilla.

Elintarviketeollisuuden yrityksiltä kysyttiin merkittävimpiä muutostrendejä, jotka vaikuttavat yritykseen tulevaisuudessa. Vastauksissa tuli selvästi esiin etenkin lähiruoa, mutta myös luomuruoa lisääntynyt kysyntä ja arvostus. Ruuan lisäaineettomuus, luonnonmukaisuus ja terveellisyys mainittiin useassa kommentissa. Lisäksi viennin kasvu ja kaupan keskittyminen tulivat esiin monessa vastauksessa.

### 3.5.3 HANKINTARENKAILLE JA -YKSIKÖILLE LÄHETETYN KYSELYN TULOKSIA<sup>38</sup>

Kanta-Hämeen julkiskeittiöiden käyttämistä elintarvikkeista noin 24 prosenttia hankitaan omasta maakunnasta. Paikallisia elintarvikkeita hankitaan vuosittain noin 3,35 miljoonan euron arvosta. Muualta Suomesta hankitaan noin 50 prosenttia ja ulkomailta noin 24 prosenttia elintarvikkeista. Omasta maakunnasta ostetaan etenkin hedelmä-, kasvis- ja marjatuotteita sekä leipomotuotteita. (Määttä & Törmä, 2012b.) Vastauksissa huomautettiin, että osa elintarvikkeista voidaan hankkia lähialueilta, mutta maakuntarajan ylittäen. Lisäksi joidenkin hankintojen kohdalla vastaajat ovat tienneet tuotteiden olevan kotimaisia, mutta heillä ei

ole ollut maakuntakohtaista tietoa elintarvikkeiden tuotantopaikoista.

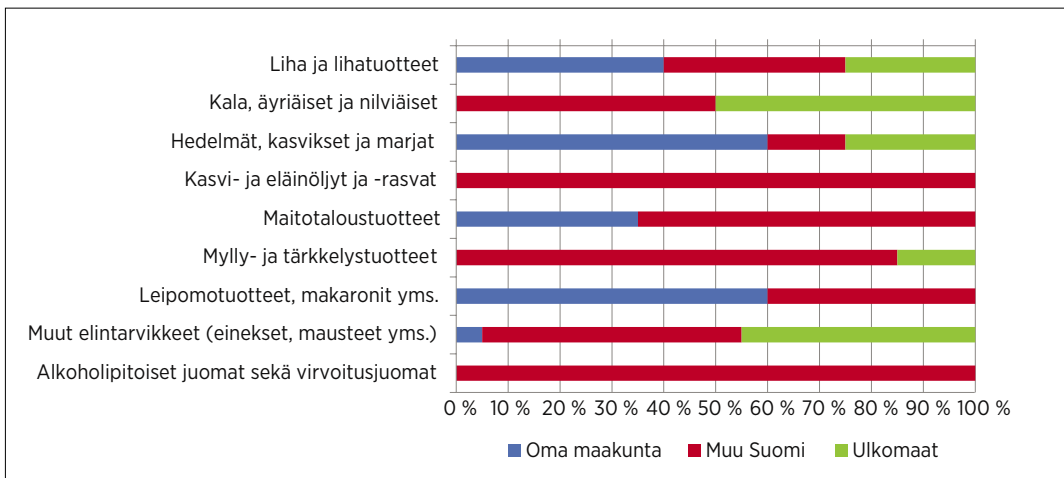
Omasta maakunnasta ostettavien elintarvikkeiden osuus hankinnoista kasvaa hankintarenkaiden arvioiden mukaan vuoteen 2020 mennessä. Paikallisten tuotteiden osuuden arvioitiin tuolloin olevan noin 38 prosenttia (kuvio 27). Lähiruoa arvioitu osuus Kanta-Hämeen elintarvikehankinnoista on lähitulevaisuudessa keskimääräistä suurempi verrattuna koko Suomen tilanteeseen. Kotimaisuusaste on nykyisin hieman keskimääräistä matalammalla tasolla, mutta sen arvioitiin siis nousevan reilusti vuoteen 2020 mennessä. Hankintarenkaiden ostamista elintarvikkeista noin kaksi prosenttia on luomutuotantoa (kuvio 28). Luomun osuuden arvioidaan kohoavan kymmeneen prosenttiin vuoteen 2020 mennessä. (Määttä & Törmä, 2012b.) Arvio on melko lähellä koko Suomen keskimääräistä tasoa.

Vastausten perusteella vuoteen 2020 ulottuvalla ajanjaksolla merkittävimmät hankintoihin vaikuttavat muutostrendit liittyvät elintarvikkeiden hintakehitykseen ja erilaisten tuoteryhmien suosimiseen. Vastauksissa ennakoidaan, että hedelmä-, kasvis- ja marjatuotteiden käyttö lisääntyy. Lisäksi arvioidaan, että lihatuotteiden osalta naudan sijasta ostetaan enemmän sian- ja mahdollisesti broilerinlihaa sekä kalaa.

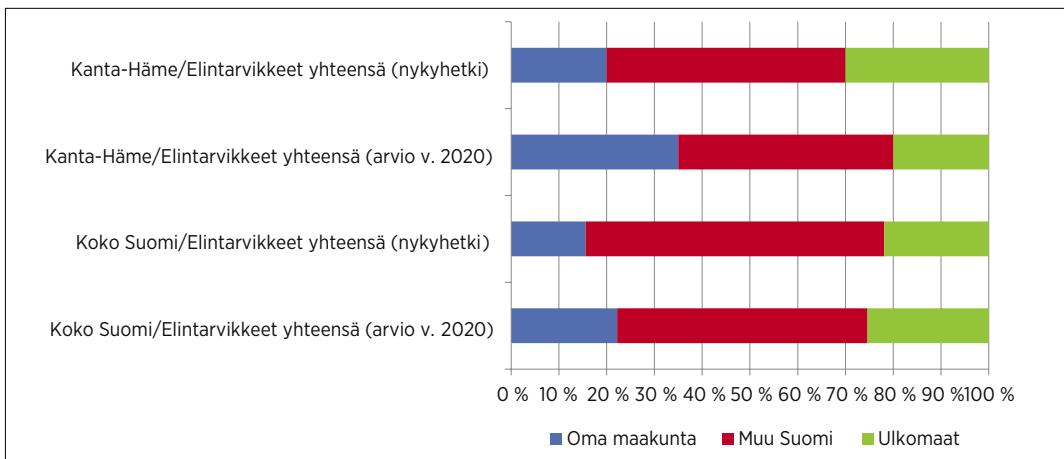
Yksi vastaajista ilmoitti osallistuvansa yhteisiin suunnittelukokouksiin ruokapalveluvastaavien ja elintarvikkeiden tuottajien kanssa sekä paikallisiin lähiruokahankkeisiin. Lähiruoaan käyttöä julkiskeittiösektorilla voitaisiin vastausten perusteella edistää muuttamalla julkisia hankintoja koskevia säännöksiä. Aiemman kyselyn (Määttä & Törmä, 2012b) vastauksissa todettiin, että julkiskeittiöihin tarvitaan riittävän suuria toimituseriä elintarvikkeita, jotka on jalostettu ammattikeittiöille sopiviksi tuotteiksi. Logistiikan kehittäminen, tiedottaminen, kouluttaminen ja elintarviketuottajien oma markkinointi nähtiin myös hyvinä keinoina

<sup>38</sup> Kanta-Hämeen hankintarenkaiden ja -yksiköiden elintarvikehankintojen jakautuminen eri alueille perustuu aikaisemman selvityksen (Määttä & Törmä, 2012b) tuloksiin, koska niissä oli mukana useampi hankintarengas/-yksikkö kuin tämän selvityksen yhteydessä toteutetun kyselyn tuloksissa.

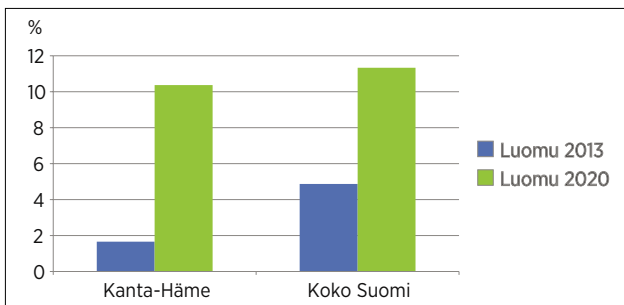




**Kuvio 26.** Kanta-Hämeen hankintarenkaiden ja -yksiköiden hankintojen jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille. (Lähde: Määttä & Törmä, 2012b.)



**Kuvio 27.** Kanta-Hämeen hankintarenkaiden ja -yksiköiden hankintojen jakautuminen eri alueille vuosina 2013 ja 2020.



**Kuvio 28.** Kanta-Hämeen hankintarenkaiden ja -yksiköiden luomuhankintojen osuus vuosina 2013 ja 2020.

edistää lähiruoaan käyttöä. Vastauksista ilmeni, että moni hankintarengas pyrkii ostamaan mahdollisimman paljon kotimaisia elintarvikkeita.

3.5.4
MAATALOUDEN JA ELINTARVIKETEOLLISUUDEN ALUETALOUDELLISET VAIKUTUKSET

3.5.4.1
Nykytilanteen vaikutukset

Laskelmien perusteella maataloudella on selvät vaikutukset Kanta-Hämeen talouteen ja työllisyyteen. Alueen maatalouden vaikutus Kanta-Hämeen BKT:hen on kokonaisuudessaan noin neljä prosenttiyksikköä eli noin 223 miljoonaa euroa. Kanta-Hämeen alkutuotannon vaikutus maakunnan työllisyyteen on reilut neljä prosenttiyksikköä eli 3 044 henkilötyövuotta.

Elintarvikkeiden ja juomien valmistuksen vaikutus maakunnan BKT:hen on Kanta-Hämeessä noin 12 prosenttiyksikköä. Elintarvikkeiden ja juomien valmistuksen alatoimialoista suurin vaikutus Kanta-Hämeen BKT:hen on maitotuotteiden valmistuksella, noin viisi prosenttiyksikköä. Yli kahden prosenttiyksikön vaikutukset ovat myös Kanta-Hämeessä muiden elintarvikkeiden valmistuksella sekä lihanjalostuksella. Elintarvikkeiden ja juomien valmistuksen vaikutus Kanta-Hämeen BKT:hen on yhteensä noin 667 miljoonaa euroa, kun kerroinvaikutukset lasketaan mukaan. Kanta-Hämeen elintarvikkeiden ja juomien valmistuksen alatoimialoista merkittävimmän eli maitotuottei-

den valmistuksen vaikutus maakunnan BKT:hen on noin 280 miljoonaa euroa.

Elintarvikkeiden ja juomien valmistuksen toimialojen vaikutus Kanta-Hämeen työllisyyteen on yhteensä noin 7,5 prosenttiyksikköä eli 5 210 henkilötyövuotta. Elintarviketeollisuuden alatoimialoista suurin vaikutus työllisyyteen on maitotuotteiden valmistuksella. Myös lihanjalostuksella ja muiden elintarvikkeiden valmistuksella on yli 1 000 henkilötyövuoden työllisyysvaikutus.

Kanta-Hämeessä maatalouden työllisyyskerroin on 1,5. Näin ollen yksi maatalouden työntekijä työllistää kerroinvaikutusten kautta 0,5 muuta: 0,2 muuhun ruokaketjuun ja 0,3 muille toimialoille. Kanta-Hämeen elintarvikkeiden ja juomien valmistuksen toimialan työllisyyskerroin on 2,6. Näin ollen yksi elintarviketeollisuuden työntekijä työllistää kerroinvaikutusten kautta 1,6 muuta, joista muuhun ruokaketjuun työllistyy 0,7 ja muille toimialoille 0,9 henkilöä.

3.5.4.2
Tulevaisuuden vaikutukset

Kanta-Hämeestä kyselyyn vastanneet hankintarenkaat ilmoittivat hankkivansa tällä hetkellä noin 24 prosenttia elintarvikkeista omasta maakunnasta. He arvioivat, että vuonna 2020 oman maakunnan hankintojen osuus olisi noin 38 prosenttia eli lähituotteiden hankinnassa olisi odotettavissa melko suurta kasvua. Tällä hetkellä hankintarenkaiden elintarvikkeiden kokonaishankintojen arvo oli 13,8 miljoonaa euroa, joista oman maakunnan

Taulukko 16. Maatalouden ja elintarviketeollisuuden vaikutukset Kanta-Hämeessä.

Toimiala	BKT (%-yksikköä)	BKT (milj. euroa)	Työllisyys (%-yksikköä)	Työllisyys (htv)
<b>MAATALOUS</b>	<b>4,09</b>	<b>223,3</b>	<b>4,35</b>	<b>3044</b>
Lihanjalostus ja teurastus	2,40	131,0	1,77	1241
Kalanjalostus	0,15	8,0	0,10	69
Hedelmien, marjojen ja vihannesten jalostus	0,19	10,1	0,13	92
Rasvojen ja öljyjen valmistus	0,08	4,1	0,04	29
Maitotuotteiden valmistus	5,13	282,1	3,03	2121
Myllytuotteiden valmistus	0,63	34,4	0,30	208
Leipomotuotteiden valmistus	0,52	28,2	0,43	304
Muu elintarvikkeiden valmistus	3,05	166,7	1,61	1127
Eläinten ruokien valmistus	0,02	1,0	0,02	10
Juomien valmistus	0,02	1,0	0,01	8
<b>ELINTARVIKETEOLLISUUS YHTEENSÄ</b>	<b>12,17</b>	<b>666,7</b>	<b>7,45</b>	<b>5210</b>



Maatalousyrittäjien apuna tarvitaan paljon koneita. (Kuva: EkoCentria/Tero Takalo-Eskola)

hankintoihin käytettiin noin 3,35 miljoonaa euroa. Tulevaisuudessa oman maakunnan elintarvikehankintojen arvo nousisi 5,24 miljoonaan euroon. Muutos oman maakunnan tuotteisiin käytetyssä rahamäärässä olisi siis noin 1,89 miljoonaa euroa.

Jos Kanta-Hämeen hankintarenkaat käyttäisivät arvioidun 1,89 miljoonaa euroa lisää oman maakunnan elintarvikehankintoihin, vaikuttaisi se alueen työllisyyteen 15,9 henkilötyövuotta. Näin ollen sataatuhatta euroa kohden, joka käytetään paikallisten elintarvikkeiden ostoon, vaikutetaan maakunnan työllisyyteen 1,6 henkilötyövuoden verran, kun otetaan huomioon myös kerroinvaiikutukset. Työllisyysvaikutusten lisäksi paikallisten elintarvikkeiden käyttö julkisissa keittiöissä vaikuttaa myös alueen talouteen. Kanta-Hämeen osalta vaikutus bruttokansantuotteeseen olisi 1,1 miljoonaa euroa, jos julkisia elintarvikehankintoja kohdistettaisiin omaan maakuntaan lisää arvioitu 1,89 miljoonaa euroa.

Kanta-Hämeen osalta aluetalousvaikutuksia on selvitetty aikaisemminkin (Määttä & Törmä, 2012b). Tuossa raportissa laskettiin elintarviketalouden ja maatalouden vaikutusten lisäksi myös ravitsemistoiminnan sekä elintarvikkeiden tukku- ja vähittäiskaupan vaikutuksia maakunnan työllisyydelle ja taloudelle. Tulevaisuuden vaikutuksia laskettiin vuonna 2012 ilmestyneessä raportissa perustuen hämäläisten elintarvikealan yritysten ilmoittamiin liikevaihdon kasvulukuihin. Tässä raportissa vaikutuslaskelmat perustuvat julkisten keittiöiden ilmoittamiin muutoksiin oman maakunnan raaka-aineiden ostoissa.

**Taulukko 17.** Tulevaisuuden (v. 2020) vaikutukset Kanta-Hämeen työllisyydelle ja taloudelle nykytilanteeseen nähden.

	Paikallisten tuotteiden käytön vaikutukset
Vaikutus työllisyyteen (htv)	15,9
Vaikutus työllisyyteen (htv) / 100 000 €	1,6
Vaikutus BKT:hen (milj. €)	1,1

## 3.6 KESKI-POHJANMAA

### 3.6.1 MAATALOUS JA ELINTARVIKE-TEOLLISUUS KESKI-POHJANMAALLA

Keski-Pohjanmaan maakunnan muodostaa Kokkolan kaupunki ja sen maaseutualueet sekä sisämaassa Kaustisen seutukunta. Maakunnan asukasluku oli vuoden 2012 lopussa 68 610 asukasta. Koko maan väestöstä maakunnassa asuu 1,3 prosenttia. Maisema muodostuu jokilaaksojen pelloista ja sisämaassa erämaista ja myös Suomenselän soista. Rannikolla meren läheisyys vaikuttaa ilmastoon alkukesällä viilentävästi ja syksyllä lämmittävästi. Alkutuotannon osuus työllisistä oli vuonna 2010 noin 9 prosenttia. Erityisen alkutuotantovaltainen on Kaustisen seutukunta, jossa alkutuotanto työllisti peräti 22 prosenttia työllisistä. (Ilmatieteen laitos, 2013; Kaustisen seutukunta, 2013a; 2013c).

Keski-Pohjanmaalla on vuoden 2010 tietojen mukaan 1 444 maatalousyrittästä. Eniten (748 kpl) oli ns. sekatiiloja, joissa yhdistyy kasvinviljely ja kotieläintalous. Lypsykarjan kasvatukseen oli keskittynyt 242 tilaa. (Kaustisen seutukunta, 2013b). Kasvinviljely ja kotieläintalous työllistivät maakunnassa 1 929 henkilöä vuonna 2011. Toimipaikkoja oli 1 418. Eniten (967) työllistivät yhdistetty kasvinviljely ja kotieläintalous eli ns. sekatilat. Toiseksi suurin työllistäjä oli kotieläintalous (730 hen-

kilöä) ja etenkin lypsykarjan kasvatus (390 henkilöä). Alkutuotannon liikevaihto oli 23,7 miljoonaa euroa vuonna 2011. (Toimiala Online, 2013).

Elintarvikkeiden ja juomien valmistus työllisti maakunnassa 456 henkilöä vuonna 2011. Suurin työllistäjä oli lihatuotteiden valmistus (249 henkilöä). Alan liikevaihto oli noin 126 miljoonaa euroa. Seuraavaksi eniten työskenteli maitotaloustuotteiden valmistuksen parissa, 93 henkilöä. Merkittävä ala on myös kotieläinten ruokien valmistus, jonka liikevaihto oli noin 19 miljoonaa euroa. Ala työllisti 36 henkilöä. Elintarvikkeiden ja juomien valmistuksen kokonaisliikevaihto oli noin 206 miljoonaa euroa. (Toimiala Online, 2013).

### 3.6.2 YRITYSKYSELYN TULOKSIA

Keski-Pohjanmaalta yrityskyselyyn vastasi yhteensä 18 elintarvikealan yritystä. Vastaajista viisi edusti hedelmiä ja kasviksia jalostavia yrityksiä ja neljä leipomoalan yrityksiä. Vastauksia ei saatu yrityksiltä, joiden päätoimialana on kalojen ja äyriäisten jalostus tai kasvi- ja eläinöljyjen ja -rasvojen valmistus. Loput vastauksista jakautuivat melko tasaisesti eri toimialoille. Myllytuotteita, eläinten ruokia sekä juomia valmistavien yritysten osalta kultakin toimialalta saatiin yksi vastaus. Yhteen vastaukseen perustuvia toimialakohtaisia tuloksia ei raportoida, vaan vastaukset esitetään yhdessä muiden elintarvikkeiden valmistajien vastausten kanssa. Kyseiset vastaukset ovat mukana koko Suomen käsittävissä toimialakohtaisissa tuloksissa.

Keski-Pohjanmaalla elintarvikeyritykset ostavat omasta maakunnasta noin 37 prosenttia alkutuotannon raaka-aineistaan. Muulta Suomesta ostetaan noin 43 prosenttia ja ulkomailta noin 19 prosenttia yritysten käyttämistä alkutuotannon raaka-aineista. Maitotuotteiden valmistajat ostavat eniten omasta maakunnasta alkutuotannon raaka-aineita, jopa sata prosenttia (kuvio 29). Myös hedelmien, kasvien ja marjojen jalostajat sekä muiden elintarvikkeiden valmistajat ostavat yli puolet alkutuotannon raaka-aineista omasta maakunnasta<sup>41</sup>. Muihin elintarvikkeisiin on Keski-Pohjanmaan osalta yhdistetty myös eläinten ruokien ja juomien valmistus. Vähiten oman maakunnan raaka-aineita käyttävät leipomo- ja myl-

**Taulukko 18.** Keski-Pohjanmaan elintarvikealan toimipaikat.

Toimiala	Yritykset 2013 (kpl) <sup>39</sup>	Yritykset 2012 (kpl) <sup>40</sup>
Teurastus, lihan käsittely ja lihatuotteiden valmistus	6	6
Kalan, äyriäisten ja nilviäisten jalostus ja säilöntä	9	-
Hedelmien ja kasvien jalostus ja säilöntä	11	-
Maitotaloustuotteiden valmistus	3	4
Mylly- ja tärkkelystuotteiden valmistus	4	1
Leipomotuotteiden, makaronien yms. valmistus	17	13
Muiden elintarvikkeiden valmistus	10	7
Juomien valmistus	3	4
<b>Yhteensä</b>	<b>63</b>	<b>35</b>

<sup>39</sup> Tiedot: Ruoka-Suomi, 2013

<sup>40</sup> Tiedot: Toimiala Online, 2013

<sup>41</sup> Muihin elintarvikkeisiin on Keski-Pohjanmaan kuvassa yhdistetty myös myllytuotteiden, eläinten ruokien ja juomien valmistus, koska kyseisiltä toimialoilta saatiin vain yksi vastaus eikä yhteen vastaukseen perustuvia tuloksia esitetä erikseen. Ilman kyseistä vastausten yhdistämistä muiden elintarvikkeiden valmistajat ostavat vastaustensa perusteella noin 98 prosenttia raaka-ainehankinnoistaan omasta maakunnasta ja loput kaksi prosenttia muualta Suomesta. Myös kyseiset vastaajat, joiden vastaukset on yhdistetty muiden elintarvikkeiden valmistajien vastausten kanssa, ostavat yli puolet raaka-ainehankinnoistaan omasta maakunnastaan.



Tyrnissä on korkea c-vitamiinipitoisuus. (Kuva: Leena Viitaharju)

lytuotteiden valmistajat, noin prosentin. Eniten ulkomaisia raaka-aineita käyttävät lihanjalostajat, noin 30 prosenttia.

Jotkut vastaajista tuottavat itse raaka-aineensa, ja oman maakunnan osuuden ollessa tällöin 100 prosenttia osuuden arvioidaan pysyvän tulevaisuudessakin samalla tasolla. Vastauksissa tuotiin esiin, että kotimaisuus ja paikallisuus ovat joillekin yrityksille selkeitä vahvuuksia. Joidenkin yritysten tuotevalikoima on puolestaan sellainen, että Suomessa ei tuoteta tarvittavia raaka-aineita. Vastauksissa huomautettiin, että omassa maakunnassa tuotettujen raaka-aineiden käyttömahdollisuuksiin vaikuttaa muun muassa se, kuinka paljon tarvittavia raaka-aineita omassa maakunnassa tuotetaan ja kuinka sujuviksi toimitusketjut alkutuottajilta elintarvikkeiden jalostajille on järjestetty. Vastauksista ilmenee, että moni maakunnan elintarvikealan yrityksistä suosii etenkin kotimaisia raaka-aineita, mutta tuotantopaikan lisäksi raaka-aineiden hinta ja laatu ovat ratkaisevia kriteereitä. Seuraavat vastauksista tehdyt lainaukset kuvaavat joidenkin Keski-Pohjanmaan elintarvikealan yritysten näkemyksiä raaka-aineiden hankinnasta. Kumpikin näistä vastaajista ostaa pääsääntöisesti kotimaisia raaka-aineita – joko omasta maakunnastaan tai muualta Suomesta.

*”Ulkomainen raaka-aine on halvempaa ja laadultaan aivan yhtä hyvää kuin kotimainenkin. Taloudellisesti olisi järkevämpää käyttää ulkomaista raaka-ainetta sillä kotimaisuudelle ei makseta lisäarvoa.”*

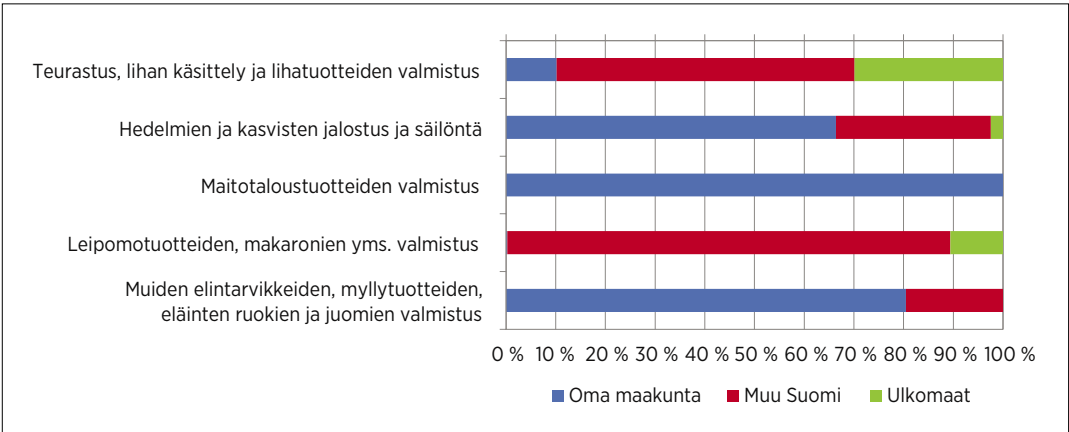
(Hedelmien ja kasvien jalostaja, alle 20 työntekijää, Keski-Pohjanmaa)

*”Raaka-aineiden hankinnassa ovat pääasiallisia laadukkaat tuotteet. Kotimaisuus on tärkeää. Jos kotimaasta ei ole saatavilla tuotetta, sitä hankitaan ulkomailta. Oman maakunnan tuotteet eivät sinänsä ole hankintakriteerinä.”*  
(Leipomotuotteiden valmistaja, alle 30 työntekijää, Keski-Pohjanmaa)

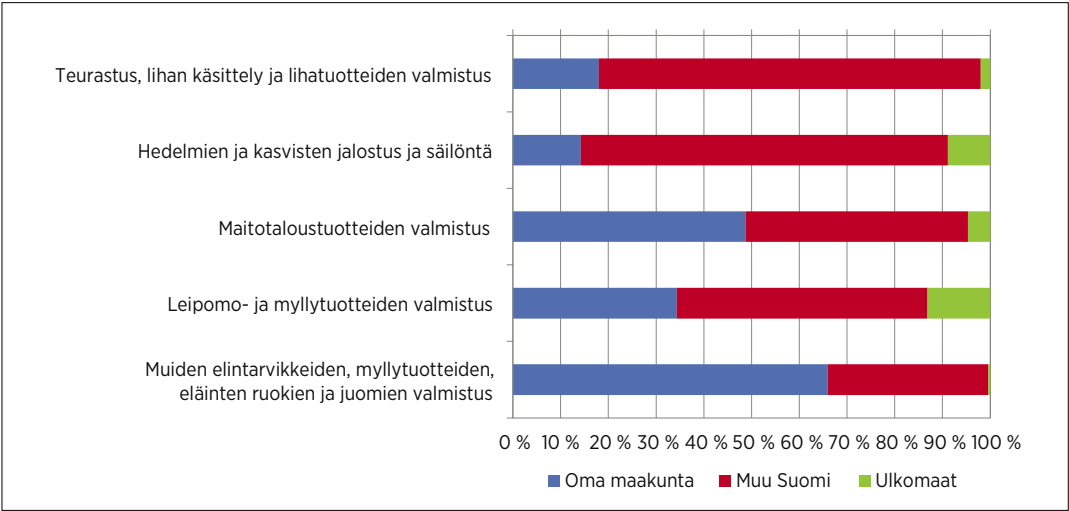
Suurin osa, 67 prosenttia kyselyyn vastanneista yrityksistä arvioi, että paikallisten alkutuotannon raaka-aineiden käyttö tulee pysymään tulevaisuudessakin nykyisellä tasolla. Vastaavasti 28 prosenttia vastaajista arvioi paikallisten raaka-aineiden käyttösuuden kasvavan nykyisestä. Vain yksi yritys arvioi, että paikallisten raaka-aineiden käyttö tulisi vähenemään tulevaisuudessa.

Keski-Pohjanmaan elintarvikeyritykset myyvät suurimman osan tuotteistaan Suomeen. Myynnistä keskimäärin 27 prosenttia kohdistuu omaan maakuntaan ja 69 prosenttia muualle Suomeen. Ulkomaan vientiin menee noin neljä prosenttia yritysten tuotteista. Toimialoitain tarkasteltuna oman maakunnan osuus myynnistä on suurin maitotuotteiden valmistajilla, joiden myynnistä lähes puolet kohdistuu omaan maakuntaan (kuvio 30). Muualle Suomeen vievät tuotteita eniten lihanjalostajat sekä hedelmien, kasvien ja marjojen jalostajat, jotka myyvät noin 80 prosenttia tuotteistaan muualle Suomeen. Ulkomaille vievät eniten leipomotuotteita, lähes 15 prosenttia. Vastauksissa huomautettiin, että joillekin maakuntarajojen läheisyydessä toimiville yrityksille lähimarkkinat sijaitsevat naapurimaakuntien puolella.

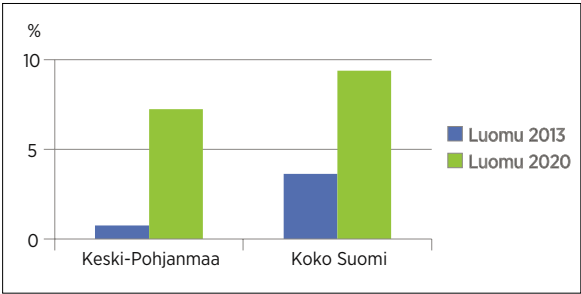
Kyselyn perusteella Keski-Pohjanmaan elintarvikeyritykset myyvät suurimman osan tuotteistaan vähittäiskaupalle, jonne myydään yli 80 prosenttia tuotteista. Tukku-myyntiin menee noin 15 prosenttia tuotteista. Ruokapalveluita tarjoaville



Kuvio 29. Keski-Pohjanmaan elintarvikeyritysten raaka-aineostojen jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille.



Kuvio 30. Keski-Pohjanmaan elintarvikeyritysten myynnin jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille.



Kuvio 31. Keski-Pohjanmaan elintarvikeyritysten luomutuotannon osuus vuosina 2013 ja 2020.

tahoille sekä suoramyyntiin myydään molempiin muutama prosentti elintarvikkeista.

Luomutuotteiden osuus kyselyyn vastanneiden Keski-Pohjanmaan elintarvikeyritysten tuotteista on nykytilanteessa melko alhainen, keskimäärin noin prosentin (kuvio 31). Luomutuotteiden osuuden arvioitiin kuitenkin kasvavan vuoteen 2020 mennessä. Arvioiden mukaan noin seitsemän prosenttia tuotteista olisi luomua vuonna 2020.

Elintarviketeollisuuden yrityksille suunnatun kyselyn tulosten perusteella voidaan sanoa, että Keski-Pohjanmaan elintarvikeyritykset ovat melko optimistisia tulevaisuuden suhteen. Liikevaihdon arvioitiin pääsääntöisesti kasvavan nykytilanteesta. Jopa 56 prosenttia kyselyyn vastanneista yrityksistä arvioi liikevaihtonsa kasvavan vuosien 2013 ja 2020 välillä. Vastaavasti 44 prosenttia vastaajista ilmoitti liikevaihdon pysyvän nykyisellään. Yksikään yritys ei ilmoittanut liikevaihtonsa pienenvän. Niiden yritysten, jotka ilmoittivat liikevaihtonsa kasvavan, kasvuarviot vaihtelivat reilun kymmenen prosentin kasvusta jopa liikevaihdon yli kymmenkertaistumiseen. Kaikkien kyselyyn vastanneiden Keski-Pohjanmaan yritysten liikevaihdon kasvuarvio oli keskimäärin 56 prosenttia vuosien 2013 ja 2020 välillä. Jos suurinta kasvua arvioinutta – siis edellä mainittua liikevaihdon moninkertaistamista tavoittelevaa – yritystä ei huomioida, maakunnan elintarvikeyritysten keskimääräinen kasvuarvio olisi edelleen huomattava, noin 47 prosenttia. Tämä kertoo siitä, että maakunnan nykyiselläänkin suuret elintarvikealan yritykset tavoittelevat edelleen vahvaa kasvua. Kasvun perusteiksi vastauksissa mainittiin tuotannon laajentaminen, tuotevalikoiman kehittäminen ja yrityksille myönteinen hintakehitys.

Keski-Pohjanmaan elintarvikeyrityksiltä selvitettiin myös niiden arvioita merkittävimmistä muutostrendeistä, jotka vaikuttavat yritystoimintaan tulevaisuudessa vuoteen 2020 mennessä. Kukin vastaaja toi esiin erilaisia muutostrendejä. Useimpia mainintoja saivat muutokset kansallisessa ja EU-tason lainsäädännössä sekä ulkomaanviennin lisääntymisen aiheuttamat muutokset yritysten toiminnassa. Vastauksissa arvioitiin, että kotimaisen ja paikallisen ruoantuotannon arvostus sekä terveellisten, lisäaineettomien ja puhtaiden elintarvikkeiden kysyntä kasvavat tulevaisuudessa. Vastauksissa ennakoitiin, että kuluttajien suosimien elintarvikkeiden painopisteet vaihtelevat, erikoistuotteiden kysyntä voimistuu ja yhä useampi kuluttaa elintarvikkeita jonkin erikoisruokavaliion mukaisesti. Yritysten sisäisessä toiminnassa tapahtuvat muutokset – kuten tuotekehitys, tuotteiden jalostusasteen nostaminen, markkinointi-

toimenpiteet ja yrittäjien ikääntyminen – saivat niin ikään huomiota vastauksissa. Kustannusten ja elintarvikkeiden hintojen kehitys, byrokratian lisääntyminen ja julkisten hankintojen tulevaisuus nimettiin myös vastauksissa merkittävimpien lähi-vuosien muutostrendien joukkoon.

*”Terveysvaikutteisten ja lisäaineettomien tuotteiden kysyntä lisääntyy tulevaisuudessa. Kuluttajat ovat yhä kriittisempiä elintarvikkeiden lisäaineiden suhteen ja ovat valmiita maksamaan enemmän puhtaista elintarvikkeista.”*

(Juomien valmistaja, alle 20 työntekijää, Keski-Pohjanmaa)

*”Yrityksen tulevaisuuteen vaikuttaa suuresti julkisten hankkijoiden ja suurkeittiöiden hankintojen tulevaisuus. Myös raaka-aineen eli perunan hintakehitys määrittää paljon tulevaisuutta.”*

(Hedelmien ja kasvien jalostaja, alle kymmenen työntekijää, Keski-Pohjanmaa)

Keski-Pohjanmaalla elintarvikealan yritykset kokevat ympäristöön liittyvät yhteiskuntavastuukysymykset tärkeiksi: ympäristövastuu on erittäin tärkeää 31 prosentille, melko tärkeää 44 prosentille ja tärkeää 13 prosentille vastaajista. Pari vastaajaa ilmoitti, että ympäristövastuu on heille vain vähän tärkeä osa-alue. Käytännön toiminnassa ympäristövastuu näyttäytyy useimmiten jätteiden lajittelun ja kierrätyksen muodossa. Yrityksissä on kiinnitetty huomiota muun muassa siihen, miten niiden käyttämä energia tuotetaan ja miten tuotteiden pakkauksista aiheutuvaa kuormitusta voidaan vähentää. Vastauksissa tuotiin esiin myös tuotantoprosessien päästöttömyys, hiilijalanjäljen pienentäminen, hävikin vähentäminen, vesistöjen suojeleminen kasvien tarkennetun lannoituksen avulla ja luomuraaka-aineiden käyttäminen. Vastauksissa korostettiin, että yritykset noudattavat ympäristölainsäädäntöä ja ympäristötukien ehtoja. Lisäksi vastauksissa muistutettiin luonnonprosessien merkityksestä elintarvikealan yrityksille.

*”Olemme sitoutuneet noudattamaan maataloutta koskevia ohjeita esim. lannoitteiden osalta ja suojavyöhykkeitä vesistöön nähden. Noudatamme ympäristö lakien mukaisia määryksiä. Mikä näkyy varsinkin viljelytukien ehdoissa. Viljelysuunnitelmat teemme niiden mukaisesti. Ja varo alueet vesistöihin.”*

(Hedelmien ja kasvien jalostaja, alle kymmenen työntekijää, Keski-Pohjanmaa)



*"Ympäristöseikat ovat luonnollinen osa yrityksen toimintaa. Niitä ei erikseen tuoda esille mutta ne otetaan toiminnassa huomioon. Käytännössä tämä näkyy kierrätyksessä ja turhan pakkauksen välttämisessä."*

(Leipomotuotteiden valmistaja, alle 30 työntekijää, Keski-Pohjanmaa)

Yhteisövastuu on niin ikään tärkeää kaikille kyselyyn vastanneille Keski-Pohjanmaan elintarvikealan yrityksille. Vastuu paikallisyhteisöstä on erittäin tärkeää 24 prosentille, melko tärkeää 53 prosentille ja tärkeää 24 prosentille yrityksistä. Käytännössä vastuu paikallisyhteisöstä näkyy etenkin työllistävän ja taloutta vilkastuttavan vaikutuksen muodossa, mutta hyvin tärkeää on myös se, että yritys piristää paikallisyhteisön elämää ja tarjoaa asiakkailleen haluttuja, korkealaatuisia tuotteita. Lisäksi vastauksissa huomautettiin, että ympäristövastuusta huolehtiminen vaikuttaa myönteisesti laajemminkin paikallisyhteisössä.

*"Yritys on kiinteä osa -- kylää ja se on työllistänyt monin eri tavoin kyläläisiä vuosien aikana. Sillä on tärkeä merkitys työllistäjänä seudulla, missä teollisia työpaikkoja on vähän. Yrityksellä on myös tärkeä merkitys naisten työllistäjänä."*

(Leipomotuotteiden valmistaja, alle 30 työntekijää, Keski-Pohjanmaa)

*"Yritys on paikallisten asukkaiden kannalta tärkeä. Leipomon yhteydessä on myymälä ja paikkakunnan ainoa kahvila."*

(Leipomotuotteiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Keski-Pohjanmaa)

Kyselyyn vastanneista Keski-Pohjanmaan elintarvikealan yrityksistä 56 prosenttia on vastannut julkisen sektorin tarjouspyyntöön. Näistä noin kolmannes on tehty yhteistyössä muiden yritysten kanssa ja loput yksin. Tarjouspyyntöön vastaamattomista yrityksistä eräs kertoi, että yrityksen tuotteet päätyivät julkiskeittiöiden käyttöön alihankintaketjun kautta, toinen puolestaan aikoo vastata tuleviin tarjouspyyntöihin. Vastaajien syyt sille, miksi tarjouspyyntöön ei ole vastattu, olivat moninaisia. Yritykset löysivät tuotteilleen hyvin kysyntää muualta, niiden tuotteista ei tehdä tarjouspyyntöjä tai tuotantokapasiteetti ei riitä tarjouspyyntöihin vastaamiseksi. Kommentit, että yritysten tuotteista ei tehdä tarjouspyyntöjä, kertovat todennäköisesti siitä tosiasiasta, että julkiset

hankintamenettelyt ja HILMA<sup>42</sup> ovat yrityksille vielä tuntemattomia. Lisäksi erään yrityksen vastauksesta käy ilmi se, että pienemmätkin elintarvikeyritykset voivat voittaa julkisen sektorin kilpailutuksia, jos hankintapäätöksissä huomioidaan muitakin kriteereitä kuin hinta.

*"Koska itse myymme sen mitä tuotamme, emme halua laajentaa. Olemme pieni yritys ja kanavamme on suoramyynti jo hinnankin takia."*

(Hedelmien ja kasvien jalostaja, alle kymmenen työntekijää, Keski-Pohjanmaa)

*"Kilpailutuksen ehdot eivät suosi pieniä toimittajia. Ostavat maitotaloustuotteet keskitetysti. Kaikki yhdeltä toimittajalta ja tällöin Kesko, Inex, ym. ovat ainoat toimittajat."*

(Maitotuotteiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Keski-Pohjanmaa)

*"Yritys toimittaa jonkin verran tuotteita lähiseudun laitoksiin. Yritys ei voi kilpailla toimituksissa hinnalla vaan läheinen sijainti on ollut ostajille tärkeämpää."*

(Leipomotuotteiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Keski-Pohjanmaa)

Keski-Pohjanmaan elintarvikealan yritykset esittivät vastauksissaan huolensa maaseutuelinkeinojen tulevaisuudesta. Vastauksissa huomautettiin, että maaseudun pienyritykset ovat tärkeitä, jotta maaseutu pysyisi asuttuna. Niin ikään maaseutuelinkeinojen säilyminen on edellytys sille, että kulluttajille voidaan jatkossakin tuottaa kotimaisia ja paikallisia elintarvikkeita.

Lähiruokaan liittyen kyselyyn saatiin myös seuraavanlainen vastaus:

*"Lähiruokahomma on mielenkiintoinen juttu, lähiruusta puhutaan eniten siellä missä sitä vähiten tuotetaan. Eliikä isoissa kaupunkikeskuksissa. kaikki suomalainen ruoka on puhdasta lähiruokaa. Tälläkin hetkellä Suomeen tuodaan teollisuuteen isoja määriä ruokape-runaa, mutta sitä ei kukaan myy suomessa vaikka niitä alettaisiin jäljittää. Ihan sama juttu on liha puolella. Näistä ei saa lähiruokaa!!!!"*

(Muiden elintarvikkeiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Keski-Pohjanmaa)

<sup>42</sup> HILMA on työ- ja elinkeinoministeriön ylläpitämä maksuton, sähköinen ilmoituskanava, jossa hankintayksiköt ilmoittavat julkisista hankinnoistaan. (<http://www.hankintailmoitukset.fi/fi/>)



### 3.6.3 HANKINTARENKAILLE JA -YKSIKÖILLE LÄHETETYN KYSELYN TULOKSIA

Keski-Pohjanmaalta kyselyyn vastasi kolme hankintarengasta. Näistä kaksi ei ilmoittanut vastauksessaan hankintojensa euromääräistä arvoa, ja yksi ei ilmoittanut hankintojensa jakautumista eri toimialoille (esim. lihatuotteet, kalatuotteet). Näin ollen Keski-Pohjanmaan tulokset eivät ole tarkkuudeltaan samalla tasolla kuin useimpien muiden maakuntien tulokset. Pääsääntöisesti yhden vastaajan antamiin tietoihin perustuvia tuloksia ei raportoida, joten Keski-Pohjanmaan osalta ei esitetä tuoteryhmäkohtaisesti, missä suhteessa julkiskeittiöihin ostetaan elintarvikkeet omasta maakunnasta, muualta Suomesta tai ulkomailta. Muiltakin osin voidaan esittää lähinnä kuvailevia tuloksia. Vastaajat, jotka eivät ilmoittaneet hankintojensa määrää, eivät olleet myöskään mukana laskettaessa koko Suomea koskevia keskimääräisiä lukuja.

Keski-Pohjanmaan hankintarenkaat ostavat noin 20 prosenttia elintarvikkeista oman maakunnan alueelta. Muualta Suomesta ostetaan noin 60 prosenttia elintarvikehankinnoista. Ulkomaisen tuotannon osuus hankinnoista on noin 20 prosenttia.<sup>43</sup> Vastauksissa annettujen tietojen perusteella omasta maakunnasta ostetaan vuosittain elintarvikkeita noin 70 000 eurolla. Tässä on kuitenkin mukana ainoastaan yhden hankintarenkaan hankinnat, joten todellisuudessa omasta maakunnasta ostettavien elintarvikkeiden arvo on huomattavasti esitettyä suurempi.

Merkittävimpiä omasta maakunnasta ostettavia tuotteita ovat perunat, maitotuotteet ja leipomotuotteet sekä erilaiset kasvikset ja marjat. Joidenkin toimiyksiköiden osalta kaikki maito- ja leipomotuotteet ostetaan paikallisilta tuottajilta. Vastauksista käy ilmi, että elintarvikkeita hankitaan paljon myös naapurimaakunnista. Vastauksissa kiinnitettiin huomiota myös siihen, että tiettyjen tuotteiden sesonkikausina ainakin kotimaisuusaste voi olla hyvin korkea, mutta sesongin ulkopuolella näitä tuotteita ei ole saatavilla lähialueilta.

Hankintarenkaiden arviot siitä, mistä elintarvikkeet hankitaan vuonna 2020, ovat keskenään erilaisia: yksi arvioi toiminnan jatkuvan nykyisen kaltaisena, yksi arvioi paikallisten hankintojen kaksinkertaistuvan ulkomaisten hankintojen vähentyessä ja yksi arvioi kotimaisuusasteen laskevan mutta paikallisten tuotteiden osuuden kasva-



Värikästä luomuruokaa lautaselle. (Kuva: Päivi Töyli)

van. Vastauksista voi kuitenkin todeta, että omasta maakunnasta tehtävien elintarvikehankintojen osuuden arvioidaan kasvavan vuoteen 2020 mennessä. Kotimaisuusasteen osalta muutos on pienempi, mutta muutoksen keskimääräistä suuntaa ei voi vastauksista päätellä. Nykyisin Keski-Pohjanmaan hankintojen jakautuminen eri alueille on lähellä koko Suomen keskimääräisiä lukuja. Tulevaisuutta koskevissa arvioissa Keski-Pohjanmaan hankinnoista on suurempi osa paikallisia ja pienempi osa ulkomaisia elintarvikkeita kuin maakunnissa on arvioitu keskimäärin.

Keski-Pohjanmaan hankintarenkaiden elintarvikeostoista muutama prosentti kohdistuu luomutuotteisiin. Vastaajien arviot luomutuotteiden osuuden kehittymisestä vuoteen 2020 mennessä poikkeavat toisistaan huomattavasti. Toisaalta arvioitiin osuuden kasvavan huomattavasti, toisaalta sen arvioitiin vähenevän kustannussyistä. Vastauksissa myös todettiin, että luomun sijaan hankintapäätöksissä pyritään painottamaan kotimaisuutta ja paikallisuutta. Nykyinen luomuosuus vastaa suomalaisten hankintarenkaiden ilmoittamaa keskimääräistä osuutta. Yleisesti luomun osuuden arvioitiin kasvavan, joten Keski-Pohjanmaan hankintarenkaiden vastaukset poikkeavat tältä osin koko maata koskevista keskimääräisistä tuloksista.

<sup>43</sup> Koko maakunnan nykyisten elintarvikehankintojen jakautumista eri alueille kuvaavat luvut perustuvat kaikkien kolmen vastaajan antamien tietojen keskiarvoon. Vastaajien ilmoittamat luvut olivat nykytilan suhteen hyvin samansuuntaisia.

Vastaajat nimesivät erilaisia muutostrendejä, jotka merkittävimmin vaikuttavat yksiköiden elintarvikehankintoihin vuoteen 2020 ulottuvalla jaksolla. Mahdolliset kuntaliitokset ja muut organisaatio-muutokset voivat muuttaa hankintayksiköiden toimintaa. Lähiruoan ja kotimaisten elintarvikkeiden suosimisen vahvistuminen näkyy myös julkisektörin elintarvikehankinnoissa. Yksiköiden käytössä olevan budjetin kiristyminen vaikuttaa niin ikään hankintapäätöksiin.

Hankintayksiköiden yhteistyö ruokapalveluyksiköiden, elintarvikkeiden tuottajien ja tukku-liikkeiden kanssa vaikuttaa vastausten perusteella vähäiseltä. Jossain määrin yhteistyötä tehdään elintarvikeyritysten kanssa. Lähiruoan käyttöä julkisektoriin voitaisiin vastaajien mukaan parhaiten edistää siten, että yritykset tarjoaisivat tuotteitaan enemmän hankittaviksi. Vastauksista ilmenee, että hankintayksiköillä olisi kiinnostusta lisätä oman maakunnan osuutta, mutta se edellyttää myös elintarvikkeiden tuottajilta aktiivisuutta. Lisäksi vastauksissa on kiinnitetty huomiota toimivien kuljetusten tärkeyteen.

*"Uskon ja toivon, että oman maakunnan osuus kasvaisi. Mahdollisuuksia olisi-- Vähän oikein harmittaa, että eivät tee tarjouksia ja tarjoa tuotteitaan, vaikka noin lähellä toimivat. En tiedä mistä mahtaa johtua edes. Säästyisi ympäristö ja säästäisi kuljetuskustannuksissa ym. kun lähempää saataisiin --. Eivät vaan ole ottaneet osaa tarjouskilpailuihin juuri ollen-*

*kaan. Pitäisi osata nähdä metsä puilta ja suunnata katse lähemmäksi. Mitäpä sitä viemään tuotteita kauemmaksi ja kiertämään toisella puolella Suomea messuilla ym. esittelemässä tuotteita, kun lähempänäkin olisi ostajia."*  
(Hankintaintayksikkö, Keski-Pohjanmaa)

3.6.4 MAATALOUDEN JA ELINTARVIKETEOLLISUUDEN ALUETALOUDELLISET VAIKUTUKSET

3.6.4.1 Nykytilanteen vaikutukset

Laskelmien mukaan maatalouden vaikutus Keski-Pohjanmaan BKT:hen on noin 5,4 prosenttiyksikköä eli noin 120 miljoonaa euroa. Maatalouden vaikutus maakunnan työllisyyteen on noin 10,6 prosenttiyksikköä eli noin 3 300 henkilötyövuotta. Elintarviketeollisuuden vaikutus maakunnan BKT:hen on noin 10,6 prosenttiyksikköä, mikä tarkoittaa noin 234 miljoonaa euroa. Elintarviketeollisuuden alatoimialoista merkittävin on lihanjalostus ja teurastus, jonka vaikutus maakunnan talouteen on noin 108 miljoonaa euroa. Toiseksi suurin vaikutus on maitotuotteiden valmistuksella, noin 64 miljoonaa euroa. Keski-Pohjanmaalla ei ole virallisten tilastojen mukaan suoranaista kalanjalostusta eikä rasvojen ja öljyjen valmistusta. Usea toimija myy ja tuo maahan kalaa, mutta näitä toimijoita ei luokitella tilastokeskuksen luokituksessa kalanjalostuksen alle, vaikka toimintaan sisältyisi pienimuotoista jalostustakin. Tämä ero on

Taulukko 19. Maatalouden ja elintarviketeollisuuden vaikutukset Keski-Pohjanmaalla.

Toimiala	BKT (%-yksikköä)	BKT (milj. euroa)	Työllisyys (%-yksikköä)	Työllisyys (htv)
MAATALOUS	5,43	119,89	10,64	3304
Lihanjalostus ja teurastus	4,87	107,57	3,46	1076
Hedelmien, marjojen ja vihannesten jalostus	0,00	0,01	0,00	1
Maitotuotteiden valmistus	2,91	64,15	2,30	714
Myllytuotteiden valmistus	0,00	0,07	0,00	1
Leipomotuotteiden valmistus	0,67	14,72	0,37	114
Muu elintarvikkeiden valmistus	0,02	0,47	0,01	4
Eläinten ruokien valmistus	0,80	17,70	0,80	248
Juomien valmistus	1,33	29,39	0,75	231
ELINTARVIKETEOLLISUUS YHTEENSÄ	10,60	234,07	7,69	2389

muun muassa Tilastokeskuksen ja Ruoka-Suomi -tilastojen välillä, sillä Tilastokeskuksen luokituksessa elintarvikkeiden ja juomien valmistuksen toimialoille sisältyvät ainoastaan suoranaiset jalostavat yritykset, mutta Ruoka-Suomi -tilastoissa on mukana myös yrityksiä, joissa ei suoranaista jalostusta ole tai sitä on hyvin vähän, kuten marjatilaja.

Elintarvikkeiden ja juomien valmistuksella on vaikutusta myös maakunnan työllisyyteen. Koko elintarviketeollisuuden vaikutus Keski-Pohjanmaan työllisyyteen on noin 7,7 prosenttiyksikköä työllisistä eli lähes 2 400 henkilötyövuotta. Ala-toimialoista eniten työllistää lihanjalostus ja teurastus, 1 076 henkilötyövuotta, kun kerroinvaikutukset otetaan huomioon. Myös maitotuotteiden, eläinten ruokien, juomien ja leipomotuotteiden valmistus työllistävät yli 100 henkilötyövuotta. Maitotuotteiden työllisyysvaikutusta nostaa huo-

mattavan suoran vaikutuksen lisäksi selvä kerroinvaikutus maatalouden työllisyyteen.

Keski-Pohjanmaalla maatalouden työllisyyskerroin on 1,1, jolloin yksi alkutuotannon työntekijä työllistää kerroinvaikutusten kautta 0,1 muuta. Keski-Pohjanmaan elintarvikkeiden ja juomien valmistuksen työllisyyskerroin on 3,4, jolloin yksi elintarviketeollisuuden työntekijä työllistää kerroinvaikutusten kautta 2,4 muuta: 2,1 muuhun ruokaketjuun ja loput muille toimialoille.

#### 3.6.4.2 Tulevaisuuden vaikutukset

Keski-Pohjanmaan osalta ei voitu laskea lähiruoan käytön aluetaloudellisia vaikutuksia tulevaisuudessa, koska maakunnan hankintarenkailta ei saatu kaikkia laskelmien tekemisessä tarvittavia tietoja.

## 3.7 KESKI-SUOMI<sup>44</sup>

### 3.7.1 MAATALOUS JA ELINTARVIKE- TEOLLISUUS KESKI-SUOMESSA

Keski-Suomessa on vuoden 2012 tilaston mukaan 3 232 maatilaa, mikä tarkoittaa yli 5 prosenttia koko Suomen maataloista. Keski-Suomen viljelijöistä noin kolmannes on viljanviljelijöitä. Viljelijöistä muuhun kasvintuotantoon keskittyy noin neljännos ja lypsykarjatalouteen noin viidennes. Keski-Suomessa tuotetaan lähes 6 prosenttia maamme naudanlihasta. Keski-Suomi onkin Suomen kuudenneksi suurin naudanlihan tuottaja. Maakunnassa tuotetaan noin 5 prosenttia koko Suomen maidosta, mikä tekee Keski-Suomesta maan yhdeksänneksi suurimman maidontuottaja-alueen. (Matilda, 2013.)

Elintarvikkeiden ja juomien valmistuksen toimipaikkoja oli Keski-Suomessa vuonna 2012

yhteensä 159 kappaletta. Keski-Suomen elintarvikeyrityksille on ominaista yritysten pienenus, vieläpä suuremmassa määrin kuin Suomessa keskimäärin. Koko maassa alle viiden hengen yrityksiä on noin 72 prosenttia elintarvikeyrityksistä, kun Keski-Suomessa vastaava osuus on 87 prosenttia. Elintarviketeollisuuden toimipaikoista eniten on leipomotuotteiden valmistuksen toimipaikkoja. Elintarviketeollisuudessa työskentelee Keski-Suomessa reilut 1300 henkilöä, ja alan liikevaihto on noin 340 miljoonaa euroa. Elintarviketeollisuuden toimialoista maidontuotanto työllistää maakunnassa eniten, 366 henkilöä. Merkittäviä työllistäjiä ovat myös muiden elintarvikkeiden valmistus, leipomotuotteiden valmistus sekä lihanjalostuksen toimiala. Elintarviketeollisuuden alatoimialoista suurin liikevaihto on maitotaloustuotteiden valmistuksessa, noin 201 miljoonaa euroa, mikä käsittää reilut 8 prosenttia koko maan maitotaloustuotteiden valmistuksen liikevaihdosta. (Ruoka-Suomi, 2013; Toimiala Online, 2013.)

<sup>44</sup> Keski-Suomen osalta yritysoston tulokset perustuvat aikaisemman selvityksen tuloksiin (Määttä & Törmä, 2012a).



Keväinen näkymä Päijänteelle. (Kuva: Jari Viitaharju)

**Taulukko 20.** Keski-Suomen elintarvikealan toimipaikat.

Toimiala	Yritykset 2013 (kpl) <sup>45</sup>	Yritykset 2012 (kpl) <sup>46</sup>
Teurastus, lihan käsittely ja lihatuotteiden valmistus	9	8
Kalan, äyriäisten ja nilviäisten jalostus ja säilöntä	16	7
Hedelmien ja kasvien jalostus ja säilöntä	31	2
Maitotaloustuotteiden valmistus	5	4
Mylly- ja tärkkelystuotteiden valmistus	7	2
Leipomotuotteiden, makaronien yms. valmistus	63	54
Muiden elintarvikkeiden valmistus	36	10
Juomien valmistus	3	3
<b>Yhteensä</b>	<b>170</b>	<b>90</b>

### 3.7.2 YRITYSKYSELYN TULOKSIA

Keski-Suomesta yrityskselyyn vastasi yhteensä 51 yritystä. Yrityksistä 13 toimi hedelmien ja vihanesten jalostuksessa, 11 valmisti leipomotuotteita ja yhdeksän (9) yritystä toimi lihanvalmistuksen toimialalla sekä saman verran myös muiden elintarvikkeiden valmistuksessa. Lisäksi kyselyyn vastasi muutamia yrityksiä myös kalanjalostuksen sekä maito- ja myllytuotteiden toimialoilta.

Keski-Suomessa elintarvikeyritykset ostavat keskimäärin noin 25 prosenttia alkutuotannon raaka-aineista omasta maakunnasta. Yritykset ostavat muualta Suomesta noin 70 prosenttia ja ulkomailta noin viisi prosenttia raaka-aineistaan. Toimialoitain tarkasteltuna oman maakunnan alkutuotannon raaka-ainekäytön osuuksissa on suuria eroja. Keski-Suomessa kalanjalostajat käyttävät eniten oman maakunnan alkutuotannon raaka-aineita, noin 85 prosenttia käytetyistä alkutuotannon raaka-aineista. Myös myllytuotteiden valmistajat ostavat selvästi yli puolet raaka-aineistaan omasta maakunnasta. Leipomotuotteiden valmistajat käyttävät vähiten oman maakunnan alkutuotannon raaka-aineita, noin 10 prosenttia. Leipomotuotteiden valmistajat ostavat yhdessä muiden elintarvikkeiden valmistajien kanssa eniten ulkomaisia raaka-aineita, noin 20 prosenttia kaikista alkutuotannon raaka-aineista.

Keski-Suomen elintarvikeyritykset myyvät suurimman osan tuotteistaan Suomeen. Keskimäärin 20 prosenttia tuotteista myydään omaan maakuntaan ja 75 prosenttia muualle Suomeen. Ulkomaille viedään noin viisi prosenttia yritysten tuottamista elintarvikkeista. Toimialoitain tarkasteltuna kalanjalostajat myyvät suurimman osan tuotteistaan omaan maakuntaan, kun lähes 80 prosenttia myyntituotteista jää Keski-Suomeen (kuvio 33). Myös hedelmien, kasvien ja marjojen jalostajat sekä myllytuotteiden ja muiden elintarvikkeiden valmistajat myyvät yli puolet tuotteistaan omaan maakuntaan. Lihatuotteet myydään pääasiassa muualle Suomeen. Ulkomaisen myynnin osuus on suurin maitotuotteiden valmistajilla, jotka myyvät ulkomaille noin 10 prosenttia tuotteistaan.

Keskisuomalaisilta elintarviketeollisuuden yrityksiltä kysyttiin myös, miten vastuullisuuskysymys tulee tulevaisuudessa näkymään yrityksen liiketoiminnassa. Osa vastaajista ilmoitti vastuullisuuden olevan merkittävä ja tärkeä asia, johon panostetaan jo nyt paljon. Vielä useampi arvioi vastuullisuuden merkityksen kasvavan tulevaisuudessa.

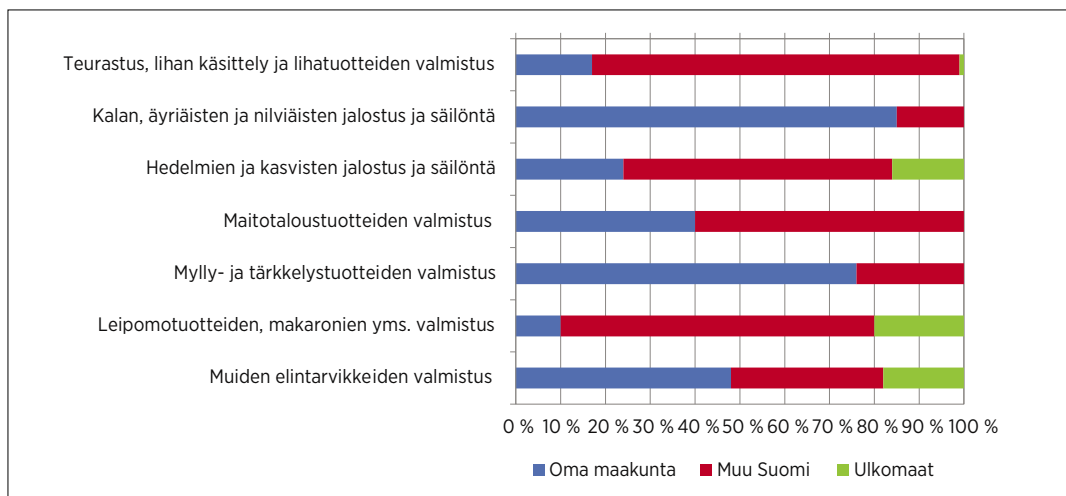
Luomutuotteiden osuus kyselyyn vastanneiden Keski-Suomen elintarvikeyritysten tuotteista on nykytilanteessa melko alhainen, noin prosentin (kuvio 34). Luomutuotteiden osuuden arvioitiin kuitenkin kasvavan vuoteen 2020 mennessä. Arvioiden mukaan noin viisi prosenttia elintarvikeyritysten tuotteista olisi luomua vuonna 2020.

Elintarviketeollisuuden yrityksille suunnatun kyselyn tulosten perusteella voidaan sanoa, että Keski-Suomen elintarvikeyritykset ovat optimistisia tulevaisuuden suhteen. Liikevaihdon arvioitiin pääsääntöisesti kasvavan nykytilanteesta. Jopa 74 prosenttia kyselyyn vastanneista yrityksistä arvioi liikevaihtonsa kasvavan vuosien 2013 ja 2020 välillä. Kaksi yritystä ilmoitti liikevaihtonsa pienevän johtuen muun muassa eläkkeelle siirtymisestä. Vastaavasti 22 prosenttia vastaajista ilmoitti liikevaihdon pysyvän nykyisellään. Niiden yritysten, jotka ilmoittivat liikevaihtonsa kasvavan, kasvuarvot vaihtelivat alle kymmenen prosentin kasvusta jopa noin sadan prosentin kasvuun. Kaikkien kyselyyn vastanneiden Keski-Suomen yritysten liikevaihdon kasvuarvio yhteensä oli keskimäärin 20 prosenttia vuosien 2013 ja 2020 välillä.

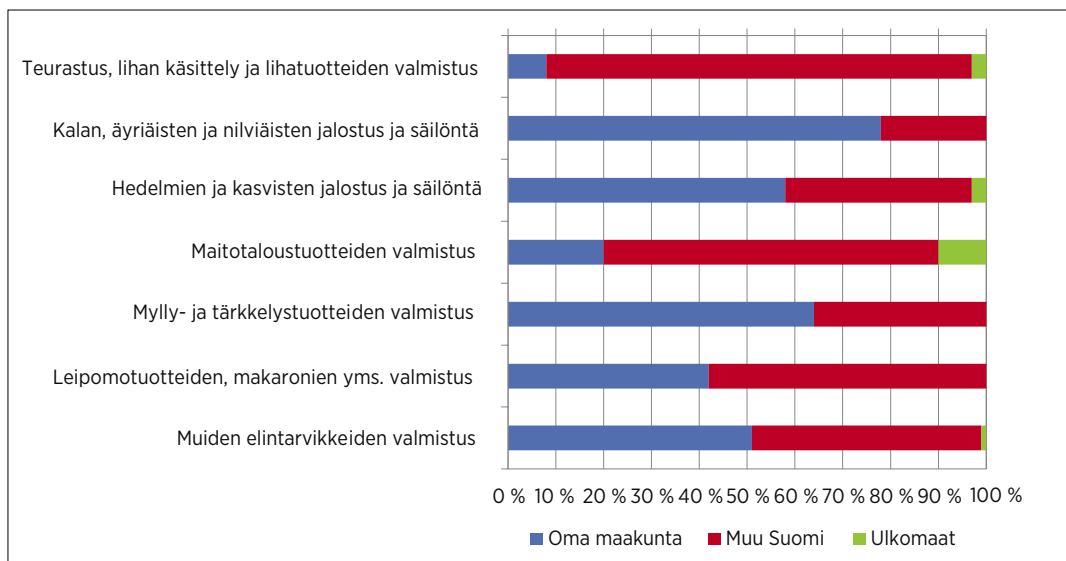
Elintarviketeollisuuden yrityksiltä kysyttiin merkittävimpiä muutostrendejä, jotka vaikuttavat yritykseen tulevaisuudessa. Vastauksissa tuli selvästi esiin etenkin lähiruoa, mutta myös luomuruoa lisääntynyt kysyntä ja arvostus. Myös ruoan terveellisyys mainittiin useassa kommentissa. Lisäksi kotimaisen ruoan kysynnän kasvu tuli esiin monessa vastauksessa.

<sup>45</sup> Tiedot: Ruoka-Suomi, 2013.

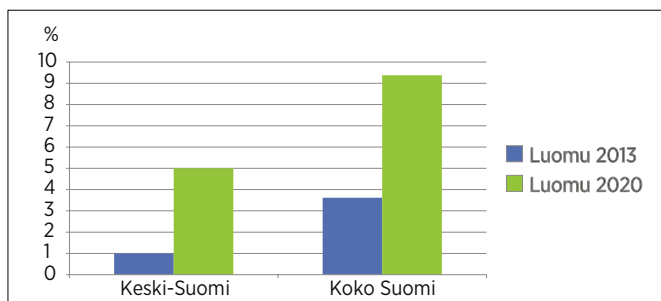
<sup>46</sup> Tiedot: Toimiala Online, 2013.



**Kuvio 32.** Keski-Suomen elintarvikeyritysten raaka-aineostojen jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille.



**Kuvio 33.** Keski-Suomen elintarvikeyritysten myynnin jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille.



**Kuvio 34.** Keski-Suomen elintarvikeyritysten luomutuotannon osuus vuosina 2013 ja 2020.



### 3.7.3 HANKINTARENKAILE JA -YKSIKÖILE LÄHETETYN KYSELYN TULOKSIA

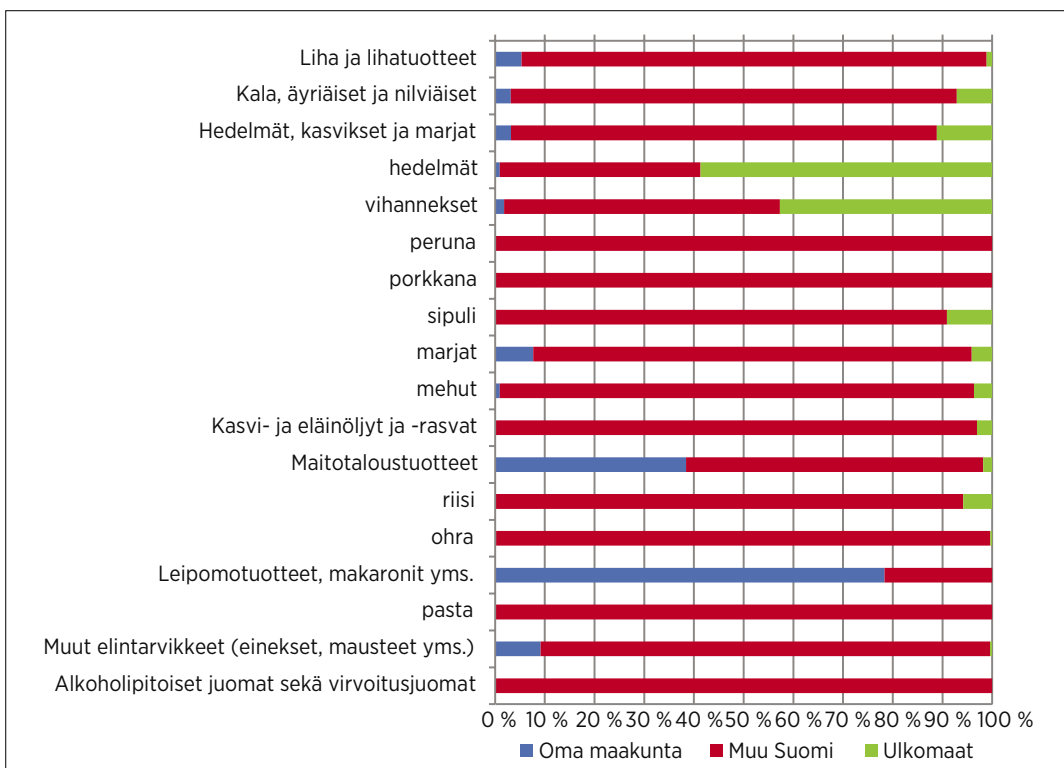
Kyselyyn vastasi neljä Keski-Suomen hankintarengasta.<sup>47</sup> Noin viidennes Keski-Suomen julkis-keittiöihin ostettavista elintarvikkeista hankitaan omasta maakunnasta. Kotimaisuusaste nousee korkeaksi, kun muualta Suomesta hankitaan noin 77 prosenttia elintarvikkeista. Ulkomaisten tuotteiden osuus on siis vain pari prosenttia elintarvikehankinnoista. Vastaajat ostavat paikallisia elintarvikkeita vuosittain noin 2,1 miljoonan euron arvosta. Keski-Suomen hankintarenkaat ostavat omasta maakunnasta etenkin leipomo- ja maitotaloustuotteita. Tärkeitä paikallisia tuotteita ovat myös marjatuotteet, kananmunat, kalatuotteet, salaattinkastikkeet ja kaali. Hankintayksiköiden voi olla vaikea tietää, minkä maakunnan alueelta elintarvike on lähtöisin. Esimerkiksi lihatuotteita

voidaan ostaa paikalliselta yritykseltä, mutta se voi käyttää tuotannossaan muissa maakunnissa kasvatettuja eläimiä.

Vastausten perusteella vuoteen 2020 mennessä lähiruoan osuus hankinnoista pienenee ja ulkomaisten hankintojen osuus puolestaan kasvaa (kuvio 36). Arvioiden mukaan omasta maakunnasta ostetaan tulevaisuudessa noin 11 prosenttia, muualta Suomesta 75 prosenttia ja ulkomailta 14 prosenttia elintarvikehankinnoista.

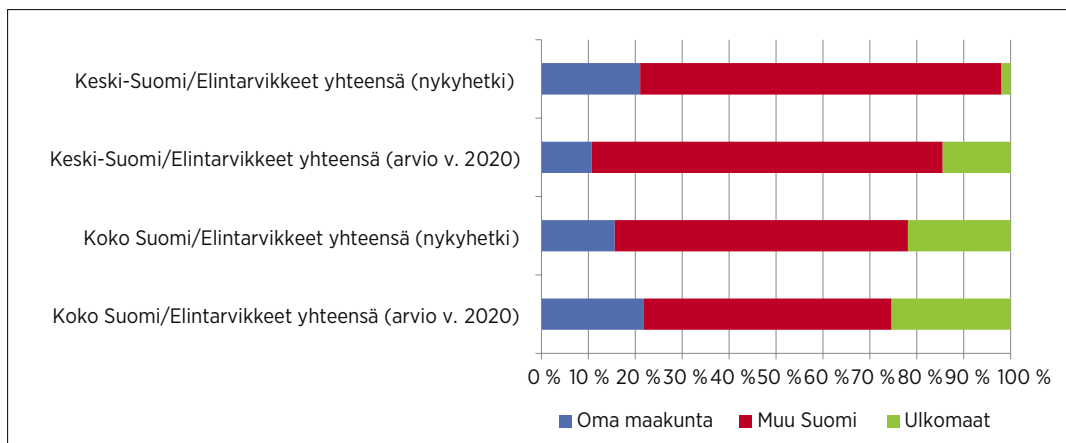
Lähiruoan osalta arvioitu kehitys poikkeaa kaikkien maakuntien vastaajien keskimääräisestä arviosta. Tämä johtuu osin siitä, että vastaajien käytettävissä ei ole täsmällisiä tietoja siitä, missä suhteessa elintarvikkeita ostetaan eri alueilta. Tämä voi johtaa ristiriitaisiin vastauksiin. Lisäksi yksi hankinnoiltaan suhteellisen suuri yksikkö arvioi hankintojensa jakautumisen eri alueille tulevaisuudessa, mutta ei ilmoittanut nykyistä jakautumista. Tästä syystä nykytilannetta kuvaavat tulokset eivät välttämättä vastaa todellista tilannetta. Joka tapauksessa vastausten perusteella hankintojen kotimaisuusaste on koko maan keskiarvoa korkeampi.<sup>48</sup>

<sup>47</sup> Yksi vastaajista ei ilmoittanut, miten hankinnat jakautuvat eri toimialoille (esim. lihatuotteet, kalatuotteet) tai missä suhteessa elintarvikehankinnat tehdään omasta maakunnasta, muualta Suomesta tai ulkomailta. Näin ollen kyseiset hankinnat eivät ole mukana tuloksissa. Tämän yksikön elintarvikehankinnat ovat suhteellisesti melko suuret. Jos yksikön hankintojen jakautuminen eri alueille poikkeaa huomattavasti muiden vastaajien jakaumista, tässä esitetyt tulokset eivät kuvaa todellista tilannetta.

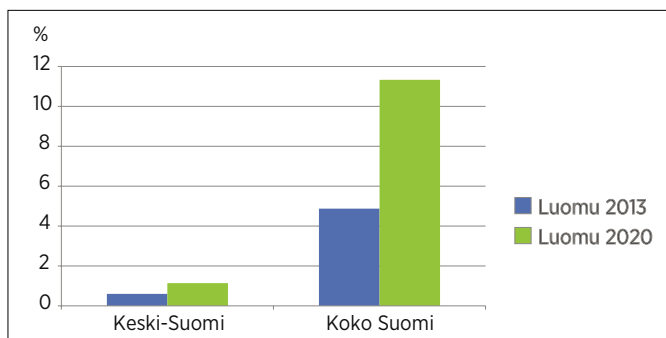


**Kuvio 35.** Keski-Suomen hankintarenkaiden ja -yksiköiden hankintojen jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille. <sup>48</sup>

<sup>48</sup> Ainoastaan yksi vastaaja ilmoitti, missä suhteessa se ostaa myllytuotteita eri alueilta. Pääsääntöisesti yhteen vastaukseen perustuvia tuloksia ei raportoida, joten myllytuotteiden tuloksia ei esitetä tässä kuviossa.



**Kuvio 36.** Keski-Suomen hankintarenkaiden ja -yksiköiden hankintojen jakautuminen eri alueille vuosina 2013 ja 2020.



**Kuvio 37.** Keski-Suomen hankintarenkaiden ja -yksiköiden luomuhankintojen osuus vuosina 2013 ja 2020.

Luomutuotteiden osuus Keski-Suomen julkiskeittiöiden käyttämistä elintarvikkeista on nykyisin noin puoli prosenttia (kuvio 37). Osuuden arvioidaan kasvavan vuoteen 2020 mennessä noin prosenttiin. Osuudet ovat koko maan keskiarvoja pienempiä.

Vastaajat havaitsivat erilaisia muutostrendejä, jotka vaikuttavat elintarvikehankintoihin merkittävästi lähitulevaisuudessa. Kuntatalouden kiristymisen rajoittaa myös julkiskeittiöiden elintarvikkeita koskevia hankintapäätöksiä. Kuntarakenteissa tapahtuvat muutokset sekä yksiköitä ohjaavien valtuustojen määrittelemät arvot vaikuttavat yksiköissä tehtäviin päätöksiin. Vastauksissa mainittiin myös ruokavaliosuosituksissa ja elintarvikelainsäädännössä tapahtuvat muutokset, turvallisten elintarvikkeiden tärkeyden korostuminen sekä valmisruoan osuuden kasvaminen.

Vastaajat tekevät nykyisin yhteistyötä ruoka-

palveluyksiköiden ja elintarvikkeiden tuottajien kanssa. Vastaajien mukaan lähiruoan käyttöä julkiskeittiösektorilla voidaan parhaiten edistää vahvistamalla kuntien sisällä vallitsevaa tahtotilaa ja tekemällä asiaa koskevia poliittisia linjauksia. Lähiruokaa voitaisiin hankkia enemmän, jos yksiköillä olisi enemmän varoja käytettävissään ja kilpailutusta koskevia säädöksiä muutettaisiin. Suurkeittiöiden käyttöön sopivien tuotteiden jalostaminen, toimituskapasiteetin korottaminen, yhteistyön lisääminen sekä kilpailutusosaamisen vahvistaminen nähtiin vastauksissa myös hyvinä keinoina edistää lähiruoan käyttöä.

*”Tunnettavuus, tuttuus, ympäristöasiat, euron jääminen omaan maakuntaan, työtilaisuuksien lisääntyminen, ruokaturvallisuuden pysyminen parempana ovat esimerkiksi asioita, jonka takia suosin lähiruokaa.”*

(Hankintayksikkö, Keski-Suomi)



### 3.7.4 MAATALOUDEN JA ELINTARVIKE- TEOLLISUUDEN ALUETALOUDEL- LISET VAIKUTUKSET

#### 3.7.4.1 Nykytilanteen vaikutukset

Maatalouden vaikutus Keski-Suomen BKT:hen on yhteensä noin 3,2 prosenttiyksikköä eli noin 260 miljoonaa euroa. Alueen maatalouden vaikutus maakunnan työllisyyteen on yhteensä noin 3,7 prosenttiyksikköä eli noin 3 880 henkilötyövuotta. Tulosten perusteella elintarvikkeiden ja juomien valmistuksen vaikutus Keski-Suomen BKT:hen on yhteensä noin 5,4 prosenttiyksikköä. Toimialoista maitotuotteiden valmistuksella on suurin vaikutus BKT:hen, noin 2,6 prosenttiyksikköä. Myös muiden elintarvikkeiden valmistuksen, leipomotuotteiden valmistuksen sekä lihanjalostuksen ja teurastuksen vaikutus on merkittävä.

Keski-Suomen elintarvikkeiden ja juomien valmistuksen vaikutus maakunnan BKT:hen on yhteensä noin 438 miljoonaa euroa. Maitotuotteiden valmistus kattaa tästä noin puolet, 211 miljoonaa euroa. Yli 50 miljoonan euron vaikutus on myös muulla elintarvikkeiden valmistuksella, leipomotuotteiden valmistuksella sekä lihanjalostuksella ja teurastuksella. Hedelmien, marjojen ja vihannesten jalostuksen osalta täytyy huomioida, että tässä tarkastelussa kyseiseen toimialaan kuuluu Tilastokeskuksen luokituksen mukaan vain hedelmiä, marjoja ja vihanneksia jalostavat yritykset.



Leipomotuotteet ovat tärkeitä maakunnallisia elintarvikkeita. (Kuva: Kimmo Iso-Tuisku)

**Taulukko 21.** Maatalouden ja elintarviketeollisuuden vaikutukset Keski-Suomessa.

Toimiala	BKT (%-yksikköä)	BKT (milj.euroa)	Työllisyys (%-yksikköä)	Työllisyys (htv)
<b>MAATALOUS</b>	<b>3,21</b>	<b>260,5</b>	<b>3,69</b>	<b>3 881</b>
Lihanjalostus ja teurastus	0,66	53,2	0,55	581
Kalanjalostus	0,04	2,9	0,03	31
Hedelmien, marjojen ja vihannesten jalostus	0,00	0,1	0,01	10
Maitotuotteiden valmistus	2,59	211,0	1,83	1 928
Myllytuotteiden valmistus	0,00	0,1	0,01	10
Leipomotuotteiden valmistus	0,82	66,5	0,54	567
Muu elintarvikkeiden valmistus	1,29	104,5	0,81	856
Eläinten ruokien valmistus	0,0	0,1	0,01	13
Juomien valmistus	0,0	0,0	0,01	13
<b>ELINTARVIKETEOLLISUUS YHTEENSÄ</b>	<b>5,39</b>	<b>438,3</b>	<b>3,81</b>	<b>4 010</b>

Tästä syystä muun muassa marjatilat, joilla ei ole jalostusta, eivät sisälly tähän tarkasteluun. Niiden vaikutus maakuntaan sisältyy alkutuotannon kasvinviljelyn lukuihin.

Elintarviketeollisuudella on selkeä vaikutus myös Keski-Suomen työllisyyteen. Elintarviketeollisuuden vaikutus alueen työllisyyteen on yhteensä 3,8 prosenttiyksikköä, mikä tarkoittaa 4 010 henkilötyövuotta. Elintarvikkeiden valmistuksen alatoimialoista selvästi eniten työllistää maitotuotteiden valmistus, yli 1 900 henkilötyövuotta. Yli 500 henkilötyövuotta työllistää myös muiden elintarvikkeiden ja leipomotuotteiden valmistus sekä lihanjalostus.

Maatalouden työllisyyskerroin on Keski-Suomessa 1,6. Näin ollen yksi maatalouden työntekijä luo kerroinvaikutusten kautta 0,6 muuta työpaikkaa: 0,2 muuhun ruokaketjuun ja 0,4 aluetalouden muille toimialoille. Elintarviketeollisuuden työllisyyskerroin on 3,2. Tämä tarkoittaa sitä, että yksi elintarviketeollisuuden työntekijä työllistää kerroinvaikutusten kautta 2,2 muuta. Näistä 0,8 kohdistuu muuhun elintarviketjuun ja 1,3 aluetalouden muihin toimialoihin.

### 3.7.4.2 Tulevaisuuden vaikutukset

Keski-Suomesta kyselyyn vastanneet hankintarenkaat ilmoittivat hankkivansa tällä hetkellä 21 prosenttia elintarvikkeista omasta maakunnasta. Ne arvioivat, että vuonna 2020 oman maakunnan hankintojen osuus olisi noin 10 prosenttia eli lähituotteiden hankinnassa olisi odotettavissa merkittävä vähennys. Tällä hetkellä hankintarenkaiden elintarvikkeiden kokonaishankintojen arvo oli 10,07 miljoonaa euroa, joista oman maakunnan hankintoihin käytettiin 2,11 miljoonaa euroa. Tulevaisuudessa oman maakunnan elintarvikehankintojen arvo laskisi 1,10 miljoonaan euroon. Muutos oman maakunnan tuotteisiin käytetyssä rahamäärässä olisi siis 1,01 miljoonaa euroa.

Jos Keski-Suomen hankintarenkaat käyttäisivät arvioimansa 1,01 miljoonaa euroa vähemmän oman maakunnan elintarvikehankintoihin, vaikuttaisi se alueen työllisyyteen vähentävästi noin 20 henkilötyövuotta. Jos Keski-Suomessa käytettäisiin paikallisten elintarvikkeiden ostoon 100 000 euroa enemmän kuin nykyään, voitaisiin maakunnan työllisyyteen vaikuttaa lisäävästi noin kahden henkilötyövuoden verran, kun otetaan huomioon myös kerroinvaikutukset. Työllisyysvaikutusten lisäksi paikallisten elintarvikkeiden käyttö julkisissa keittiöissä vaikuttaa myös alueen talouteen. Keski-Suomen osalta vaikutus bruttokansantuotteeseen vähenisi 1,4 miljoonaa euroa, jos julkisia elintarvikehankintoja kohdistettaisiin omaan maakuntaan noin miljoona euroa vähemmän.

**Taulukko 22.** Tulevaisuuden (v. 2020) vaikutukset Keski-Suomen työllisyydelle ja taloudelle nykytilanteeseen nähden.

	Paikallisten tuotteiden käytön vaikutukset
Vaikutus työllisyyteen (htv)	-19,6
Vaikutus työllisyyteen (htv) / 100 000 €	1,9
Vaikutus BKT:hen (milj. €)	-1,4

Keski-Suomen osalta aluetaloudellisia vaikutuksia on selvitetty aikaisemminkin (Määttä & Törmä, 2012a). Tuossa raportissa laskettiin elintarviketalouden ja maatalouden vaikutusten lisäksi myös ravitsemistoiminnan sekä elintarvikkeiden tukku- ja vähittäiskaupan vaikutuksia maakunnan työllisyydelle ja taloudelle. Tulevaisuuden vaikutuksia laskettiin vuonna 2012 ilmestyneessä raportissa perustuen keskisuomalaisen elintarvikealan yritysten ilmoittamiin liikevaihdon kasvun lukuihin. Tässä raportissa vaikuttavuuslaskelmat perustuvat julkisten keittiöiden ilmoittamiin muutoksiin oman maakunnan raaka-aineiden ostoissa.

## 3.8 KYMENLAAKSO

### 3.8.1 MAATALOUS JA ELINTARVIKE-TEOLLISUUS KYMENLAAKSOSSA

Vaikka maatalouden merkitys Kymenlaakson työllistäjänä on rakennemuutoksen myötä huomattavasti pienentynyt, on se edelleen olennainen osa maaseudun elämää. Alkutuotanto työllistää Kymenlaakson työllisistä neljä prosenttia, ja maanviljely muodostaa maaseudun elämäntavan perustan. Tilojen vähentyessä peltoalan määrä ja keskimääräinen tilakoko ovat kasvaneet. Harva tila pystyy nojaamaan vain maatalouteen, ja sivuelinkeinot ovatkin yhä yleisempiä. Perinteisen maanviljelystavan rinnalle on noussut erikoistuminen ja monialaistuminen. (Sutinen, 2011.) Pelkän maatalouden kannattavuus koetaan koko Kaakkois-Suomen alueella heikommaksi kuin koko maassa keskimäärin. Maatiloilla tapahtuvan muun yritystoiminnan osalta kannattavuusodotukset ovat kuitenkin alueella positiivisia, ja kasvu on hieman keskimääräistä voimakkaampaa. Muuta yritystoimintaa on Kaakkois-Suomessa eniten nuorten viljelijöiden tiloilla, suurilla tiloilla ja siikatiloilla. Pääpaino on koneurakoinnissa (noin 30 prosenttia tiloista tekee koneurakointia). Sen lisäksi muita toimialoja ovat muun muassa polttopuun tai hakkeen valmistus myyntiin, rakentaminen, kuljetuspalvelut, elintarvikkeiden jatkojalostus, kiinteistö- ja siivouspalvelut, hevostalouden palvelut, metallituotteiden valmistus, matkailu-, majoitus- ja virkistyspalvelut, puutavaran jatkojalostus, hoito- ja hoivapalvelut sekä käsitöiden valmistus. (Kaakkois-Suomen ELY-keskus, 2013.) Eniten maatiloja on Kouvolassa, jossa tilamäärä vuonna 2010 oli 1 191. Seuraavaksi eniten maatiloja oli Haminassa, 271 kappaletta. (Sutinen, 2011.)

Luonnonoloiltaan Kymenlaakson maaseutu on maan parhaimpia viljelyalueita. Maakunnan eteläinen sijainti luo hyvät kasvuolosuhteet, ja varsinkin rannikkoseudulla kasvukausi on niin pitkä, että se mahdollistaa myöhäisimpienkin Suomessa viljeltävien kasvien viljelyn. Salpausselän pohjoispuolella kasvukausi on jonkin verran lyhyempi. Alueen maaperän tyyppi ja soveltuvuus viljelyyn vaihtelevat sen mukaan, kummalla puolella Kymijokea ja Salpausselkää ollaan. Harjun eteläpuolella ja Kymijoen länsipuolella maaperä on pääasiassa savimaata, joka on tasaisuutensa ja hedelmällisyytensä vuoksi suurilta osin viljelykäytössä. Itä- ja pohjoispuolella taas on enemmän karkeampia ja eloperäisiä maalajeja, jotka eivät ole yhtä suotuisia viljelysmaita. (Sutinen, 2011.)

Vuonna 2010 Kymenlaaksossa oli 2 226 maatilaa (Sutinen, 2011). Maatalouden yleisimpiä tuotantosuuntia maakunnassa olivat vuonna 2006 kasvintuotanto (61 %) ja maidontuotanto (17 %) (Kaakkois-Suomen Ympäristökeskus, 2007). Kaakkois-Suomen alueella maitotilojen määrä on laskenut jo pitkään. Vuodesta 2005 vuoteen 2010 maitotilojen määrä Kaakkois-Suomessa on vähentynyt 45 prosenttia ja maidontuotanto 17 prosenttia, mikä on selvästi muuta maata nopeammin. Samanaikaisesti tilakohtainen maitomäärä on puolitoistakertaistunut. Sekä sikatalous- että siipikarjatilojen osuus Kymenlaakson maatiloista vuonna 2010 oli noin 1,5 prosenttia. Muuta karjaloutta harjoittavia tiloja oli noin 13 prosenttia. Viljalajeista eniten Kymenlaaksossa viljellään kauraa ja vehnää. Viljakasvien viljely on kuitenkin viime vuosina vähentynyt huomattavasti. Vilja-alan pientymistä on korvattu lisäämällä öljykasvien viljelyä. Öljykasvien viljelyala oli noin 10 000 hehtaaria vuonna 2010. Myös esimerkiksi härkäpavun ja kuminan viljely on lisääntymässä. (Sutinen, 2011.)

Luomuviljelyn osuus vuonna 2010 Kymenlaakson kokonaispeltoalasta oli noin 7,4 prosenttia. (Sutinen, 2011.) Erityisesti luomuvehnan viljely on keskittynyt maassamme Uudenmaan ja Varsinais-Suomen lisäksi Kymenlaakson alueelle. (Evira, 2011.) Luomutuotanto on vahvassa kasvussa kaakkoisessa Suomessa. Kymenlaaksossa toimii tällä hetkellä 130 luomutilaa, joilla on luomussa tai siirtymävaiheessa yhteensä 8 200 peltohehtaaria. Oman maakunnan luomutuotteita on saatavilla Kymenlaakson kaupoissa kohtuullisesti. Maakunnan alueella kaivattaisiin kuitenkin enemmän luomukotieläintuotantoa, jotta tarjonta vastaisi kasvavaan kysyntään. Suurin pula on luomulihas- ta, ja myös luomumaitotuotteita tarvittaisiin kauppoihin lisää. Myös luomuvihannesten kysyntä on nousussa. (Pro Luomu, 2013.)

Elintarvikkeita valmistavien yritysten määrä on pysynyt Kymenlaaksossa jokseenkin samana, noin 120:ssa vuodesta 2006 vuoteen 2012. Yrityksistä noin 89 prosenttia oli alle 9 työntekijän yrityksiä. (Ruoka-Suomi, 2013.) Elintarvikkeiden ja juomien jalostuksen henkilöstö oli Kymenlaaksossa vuonna 2011 yhteensä 811 ja alan liikevaihto oli noin 154 miljoonaa euroa. Elintarvikealan alatoimialoista eniten toimipaikkoja on leipomotuotteiden valmistuksessa. Se on myös elintarvikealan alatoimialoista suurin työllistäjä maakunnassa työllistäen 576 henkilöä. Myös suurin liikevaihto on leipomotuotteiden valmistuksessa, noin 76 miljoonaa euroa. (Toimiala Online, 2013.)



Kasvintuotanto on yleisin maatalouden tuotantosuurta Kymenlaaksossa. (Kuva: Pasi Komulainen)



**Taulukko 23.** Kymenlaakson elintarvikealan toimipaikat.

Toimiala	Yritykset 2013 (kpl) <sup>49</sup>	Yritykset 2012 (kpl) <sup>50</sup>
Teurastus, lihan käsittely ja lihatuotteiden valmistus	15	6
Kalan, äyriäisten ja nilviäisten jalostus ja säilöntä	13	3
Hedelmien ja kasvien jalostus ja säilöntä	24	-
Maitotaloustuotteiden valmistus	4	4
Mylly- ja tärkkelystuotteiden valmistus	6	6
Leipomotuotteiden, makaronien yms. valmistus	39	32
Muiden elintarvikkeiden valmistus	2	11
Juomien valmistus	17	5
<b>Yhteensä</b>	<b>120</b>	<b>67</b>

### 3.8.2 YRITYSKYSELYN TULOKSIA

Kymenlaaksosta yrityskyselyyn vastasi yhteensä 37 yritystä. Eniten vastauksia saatiin leipomotuotteita (11 vastausta) ja lihatuotteita (8 vastausta) valmistavilta yrityksiltä. Vastauksia ei saatu yrityksiltä, joiden päätoimialana on kasvi- ja eläinrasvojen ja -öljyjen valmistus. Loput vastaukset jakautuivat melko tasaisesti muille alatoimialoille<sup>51</sup>.

Kymenlaakson elintarvikeyritysten käyttämistä raaka-aineista noin kymmenen prosenttia ostetaan omasta maakunnasta. Muualta Suomesta hankittavien raaka-aineiden osuus on 52 prosenttia ja ulkomaisten raaka-aineiden osuus 38 prosenttia. Paikallisten raaka-aineiden osuus on suurin eläinten ruokia valmistavien yritysten kohdalla (kuvio 38). Ulkomaaisia raaka-aineita käytetään etenkin mylly- ja tärkkelystuotteiden osalta.

Vastausten perusteella useat elintarvikeyritykset tuottavat päätoimialaansa kuuluvien tuotteiden lisäksi muihin alatoimialoihin luettavia tuotteita. Raportoiduissa tuloksissa on huomioitu kaikkien yritysten vastaukset riippumatta siitä, kuinka suuri osa yrityksen liikevaihdosta kertyy kyseiseltä alatoimialalta. Jos tuloksissa huomioitaisiin ainoastaan yritysten päätoimialojaan koskevat vastaukset, koko maakuntaa koskevat tulokset muuttuisivat ainoastaan hieman, mutta alatoimi-

alakohtaisissa tuloksissa oman maakunnan osuus voisi olla huomattavasti raportoitua suurempi<sup>52</sup>.

Noin kaksi kolmesta Kymenlaakson elintarvikeyrityksestä arvioi, että paikallisten raaka-aineiden käyttö tulevaisuudessa pysyy nykyisellä tasolla. Vastaajista 30 prosenttia arvioi omassa maakunnassa tuotettujen raaka-aineiden osuuden kasvavan tulevaisuudessa. Pari vastaajaa arvioi oman maakunnan osuuden olevan jatkossa nykyistä pienempi johtuen joko saatavuusongelmista tai raaka-aineiden ja tuotteiden hintakehityksestä.

*”Jos vastaisin tuohon tullaanko tulevaisuudessa käyttämään oman maakunnan raaka-aineita sillä filiksellä mitä toivoisin, niin vastaisin ”nykyistä enemmän”, mutta jos realistisia ollaan niin vastaan että vähemmän. Tämä tän hetkinen tilanne on vähän sitä luokkaa, että vaikka pienyrittäjyyttä ja paikallisuutta pyritään näennäisesti tukemaan ja niistä paljon puhutaan, niin todellisuus on aivan toista. Pienyrittäjiä ajetaan alas ja maataloustukia vähennetään, rajat on auki ja ulkomailla pystytään tuottamaan tuotteita halvemmalla. Vaikkakin ulkomailla tuotetut tuotteet ovat huonompilaatuisia niin niitä ostetaan paikallista ja kotimaista mieluummin, koska hinta on niin paljon alhaisempi.”*

(Leipomotuotteiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Kymenlaakso)

Vastauksissa huomautettiin, että kaikkia yritysten tarvitsemia raaka-aineita ei ole saatavilla riittävässä määrin tai ei ylipäänsä tuoteta omassa maakunnassa tai muuallakaan Suomessa. Joidenkin raaka-aineiden osalta yritykset tietävät ostavansa kotimaisia tuotteita, mutta raaka-aineiden tuotantopaikan täsmällisempi määrittäminen onkin jo hankalampaa.

Kymenlaakson elintarvikealan yritykset myyvät valtaosan tuotteistaan Suomessa: 53 prosenttia oman maakunnan sisällä ja 30 prosenttia muual-

<sup>52</sup> Jos tuloksissa huomioitaisiin vain yritysten päätoimialojaan koskevat vastaukset, yrityksissä tuotettujen elintarvikkeiden myynnin kohdistumista kuvaavat tulokset eivät muuttuisi lainkaan. Raaka-aineostojen toimialakohtaisessa jakautumisessa eri alueille tapahtuisi kuitenkin huomattavia muutoksia. Etenkin liha-, kala- ja myllytuotteita valmistavien sekä hedelmiä ja kasviksia jalostavien yritysten kohdalla oman maakunnan osuus raaka-aineista olisi tällöin merkittävästi – kymmeniä prosentteja – raportoitua suurempi ja ulkomaisten raaka-aineiden osuus hyvin vähäinen. Koko maakunnan osalta omassa maakunnassa tuotettujen raaka-aineiden osuus olisi muutaman prosenttiyksikön verran suurempi. Koko maakuntaa koskeva jakauma ei muuttuisi kovin paljon, koska suurin osa kyselyyn vastanneiden liikevaihdosta kertyy leipomotuotteiden valmistuksesta ja tällä alatoimialalla raaka-aineostojen jakautumisessa eri alueille tapahtuisi vain pieniä muutoksia, jos tuloksissa huomioitaisiin vain alalla päätoimisesti toimivat yritykset.

<sup>49</sup> Tiedot: Ruoka-Suomi, 2013

<sup>50</sup> Tiedot: Toimiala Online, 2013

<sup>51</sup> Alatoimialoja ovat lihatuotteiden valmistus, kalan jalostus jne.

le Suomeen. Liikevaihdesta 17 prosenttia kertyy ulkomaanviennistä. Oman maakunnan osuus on suurin kala-, liha- ja leipomotuotteiden kohdalla (kuvio 39). Vientiin päätyy eniten muihin elintarvikkeisiin luettavia tuotteita. Vastauksissa huomautettiin, että yritysten on vaikea tietää, kuinka suuri osuus niiden tuotteista myydään omassa maakunnassa, kun tuotanto myydään tukkuliikkeiden kautta. Toinen vastaaja puolestaan totesi, että kaikki tuotteet myydään Suomessa, mutta ulkomaiset matkailijat ovat tärkeä osa asiakaskuntaa. Vastauksissa tuotiin myös esiin, että joidenkin yritysten osalta kaikki tuotanto myydään lähialueelle, mutta maakuntarajat ylittäen.

Kymenlaakson elintarvikeyritysten tärkein myyntikanava on suoramyynti, jonka kautta kertyy 58 prosenttia liikevaihdesta. Tukkumyynnin osuus on 24 prosenttia ja vähittäiskaupan 15 prosenttia. Ruokapalveluita tuottaville yrityksille ja yhteisöille myytävien elintarvikkeiden osuus on noin kolme prosenttia liikevaihdesta.

Luumun osuus Kymenlaakson elintarvikeyritysten tuotannosta on nykyisin hieman yli kolme prosenttia (kuvio 40). Osuuden arvioidaan kasvavan 13 prosenttiin vuoteen 2020 mennessä. Vastaajien ilmoittamat luomuosuudet ovat lähellä koko maata koskevia keskimääräisiä arvioita. Vastauksissa tuotiin esiin luomuun liittyviä taloudellisia ongelmakohtia: luomuraaka-aineet ovat kalliimpia ja saatavuus vähäisempää, ja toisaalta pienellä markkina-alueella luomutuotteiden kysyntä on rajallista.

*"Olisihan se hienoa jos olisi luomutuotteita myynnissä, mutta todellisuus on taas toinen: tuskin tulee olemaan. Luomussa hinta todella korkea, ja meidänkin pitäisi kuitenkin saada se oma siivu ja elanto siitä välistä. Myös toimituksia ja riittäviä määriä vaikea saada."*

(Leipomotuotteiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Kymenlaakso)

*"Toimin pienellä paikkakunnalla, joten en henkilökohtaisesti oikein usko tällä alueella luomuun. Enemminkin paikallista arvostetaan. Ja kotimaiset, paikalliset raaka-aineet ovat muutenkin niin puhtaita, että en näe luomulle tarvetta. Alueella ei myöskään kannata määräänsä useamman luomuleivän valmistajan toiminta."*

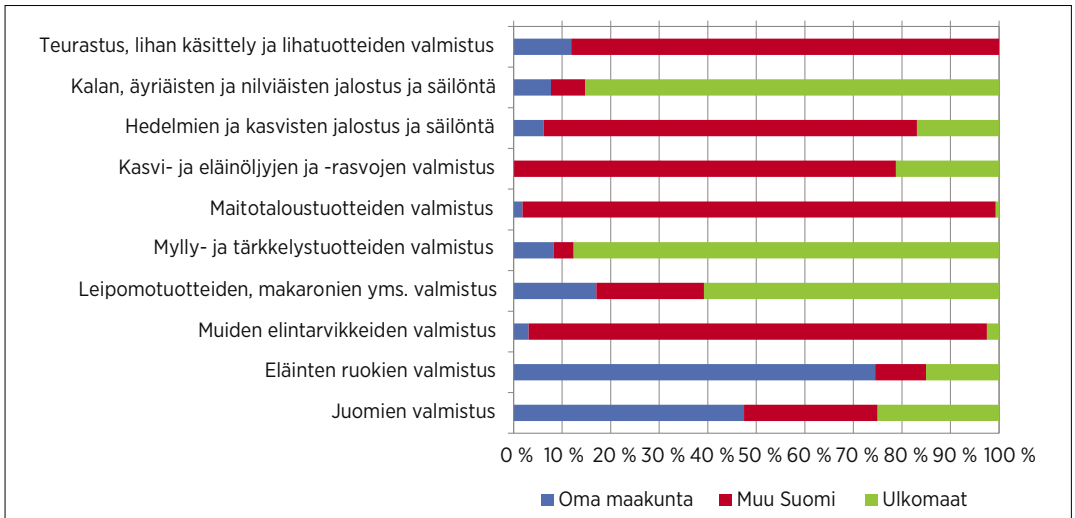
(Leipomotuotteiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Kymenlaakso)

Kymenlaakson elintarvikealan yritykset suhtautuvat luottavaisesti tulevaisuuteen: 56 prosenttia vastaajista arvioi liikevaihtonsa kasvavan vuoteen 2020 ulottuvalla jaksolla. Kolmannes yrityksistä arvioi liikevaihtonsa pysyvän nykyisellä tasolla myös lähivuosina. Muutama yritys (11 prosenttia vastaajista) arvioi liikevaihtonsa pienenevän seuraavien vuosien kuluessa – toisin sanoen niiden yritystoiminta loppuu muutaman vuoden sisällä. Joistakin muistakin vastauksista ilmeni, että yritykset ovat odottavalla kannalla, koska toiminnalle ei ole vielä tällä hetkellä tiedossa jatkajaa. Jos jatkaa löytyy, yrityksistä löytyy kiinnostusta toiminnan laajentamiselle.

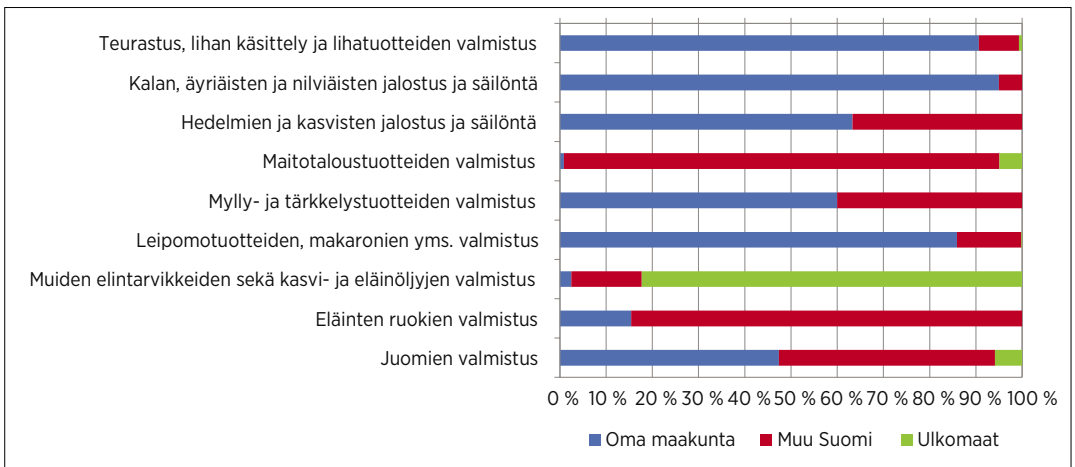
Kymenlaakson elintarvikeyritysten arviot liikevaihdon kasvuprosenteista vaihtelivat muutamasta prosentista satoihin prosentteihin, useimmin (viisi vastaajaa) kasvua arvioitiin tapahtuvan 41–50 prosenttia. Maakunnan elintarvikealan yritysten liikevaihdon arvioitiin kasvavan keskimäärin noin 12 prosenttia. Yksi vastaajista ei antanut täsmällistä arviota liikevaihtonsa kehityksestä, mutta tämä toimintansa alkuvaiheessa oleva yritys tavoittelee voimakasta kasvua seuraavina vuosina, ja siten koko maakunnan keskimääräinen kasvuprosenttikin voi olla muutaman prosenttiyksikön esitettyä suurempi.

Liikevaihdon kasvua haetaan laajentamalla tuotevalikoimaa ja kehittämällä nykyisiä tuotteita. Joissakin yrityksissä tehdyt markkinointitoimenpiteet alkavat nyt näkyä liikevaihdoissa, kun asiakkaiden kiinnostus yritysten tuotteita kohtaan kasvaa ja laajempi asiakaskunta tuntee yritysten tarjonnan. Vastauksissa kerrottiin, että tuotannon kasvaessa toiminta siirtyy käsityöpainotteisista valmistusmenetelmistä automatisoituihin prosesseihin. Toiminnan laajentamista rajoittaviksi tekijöiksi vastaajat nimesivät korkeat työvoiman palkkauskustannukset, raaka-aineiden hintakehityksen, byrokratian lisääntymisen, lainsäädännön asettamat rajoitteet ja investointien kannattavuuden epävarmuuden.

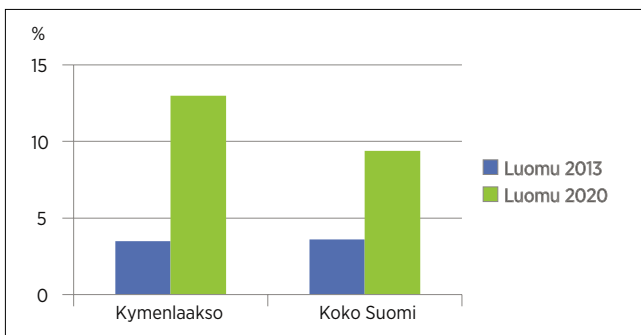
Paikallisten ja kotimaisten elintarvikkeiden suosimisen voimistuminen nimettiin useimmin muutostrendiksi, joka vaikuttaa merkittävästi Kymenlaakson elintarvikeyritysten toimintaan vuoteen 2020 mennessä. Tuotteiden puhtaus ja terveellisyys, tarpeettoman prosessoinnin välttäminen, kuluttajien kiinnostus tuotteiden alkuperää kohtaan ja tuotantoketjujen läpinäkyvyys mainittiin niin ikään monissa vastauksissa. Näihin aiheisiin liittyen vastauksissa ennakoitiin, että ulkomailla paljastuu jatkossakin ruokaskandaaleita. Vastauksissa nähtiin, että kuluttajien arvostus



**Kuvio 38.** Kymenlaakson elintarvikeyritysten raaka-aineostojen jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille.



**Kuvio 39.** Kymenlaakson elintarvikeyritysten myynnin jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille<sup>53</sup>.



**Kuvio 40.** Kymenlaakson elintarvikeyritysten luomu-tuotannon osuus vuosina 2013 ja 2020.

<sup>53</sup> Kasvi- ja eläinöljyjen ja -rasvojen alatoimialalta saatiin yksi vastaus. Koska yhteen vastaukseen perustuvia tuloksia ei esitetä erikseen, kyseisen vastaus on yhdistetty muiden elintarvikkeiden alatoimialalta saatuihin vastauksiin.

tuotteiden tuoreutta kohtaan kasvaa, minkä vuoksi pyritään löytämään toimituksia nopeuttavia logistisia ratkaisuja. Lisäksi vastauksissa arvioitiin, että asiakkaiden kiinnostus luomutuotteita, pienten yritysten tuotteita ja erikoistuotteita kohtaan kasvaa. Uudet ruokatrendit nähtiin yhtäältä myönteisinä, toisaalta toimintaan haitallisesti vaikuttavina muutoksina.

Moni vastaaja kertoi, että viennin tai ulkomaisien matkailijoiden määrän kasvaminen vaikuttaa merkittävimmin heidän toimintaansa seuraavina vuosina. Lainsäädännön kiristyminen ja byrokratian lisääntyminen sekä asiakkaiden suosimien myyntikanavien painotuksen muuttuminen saivat myös useampia mainintoja. Lisäksi vastaajat pohivat kustannuskehityksen merkitystä, taantuman vaikutusta asiakkaiden maksukykyyn ja yritysten välisen kilpailun kiristymistä. Eräs yrittäjä totesi oman työn osuuden kasvavan palkkakustannusten kohoamisen myötä. Joillekin yrittäjille merkittävimmät muutokset johtuvat siitä, että he jäävät eläkkeelle muutaman vuoden kuluessa.

*”Kotimaisuuden, puhtauden ja koko tuotanto-ketjun läpinäkyvyyden arvostuksen nousu”*  
(Juomien valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Kymenlaakso)

*”Lama, isot laittaa pieniä matalaksi, kilpailu kovenee, joka vuosi jotain säädestä, maksua, rajoitusta lisää päättäjien puolesta.”*  
(Leipomotuotteiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Kymenlaakso)

Ympäristövastuu koetaan tärkeäksi kaikissa Kymenlaakson elintarvikealan yrityksissä. Erittäin tärkeitä nämä aiheet ovat 54 prosentille, melko tärkeitä 27 prosentille ja tärkeitä 19 prosentille vastaajista. Käytännön toiminnassa ympäristövastuu näkyy etenkin jätteiden käsittelyssä sekä tuotannon sivuvirtojen hyödyntämisessä. Ylimääräisiä tuotteita lahjoitetaan kolmannelle sektorille tai toimitetaan muiden yritysten käytettäväksi, ja tuotannon myötä syntyvistä sivuvirroista valmistetaan uusia tuotteita tai ne hyödynnetään energiantuotannossa. Jätteiden asianmukainen käsittely ja lajittelu sekä jätemäärien vähentäminen mainit-



Julkinen sektori tarjoilee päivittäin lähes 2 miljoonaa ateriaa. (Kuva: EkoCentria/Tero Takalo-Eskola)



tiin useissa vastauksissa. Ympäristönäkökohdat huomioidaan myös logistiikassa: paikallisia ja kotimaisia raaka-aineita käyttämällä sekä myymälä tuotteet lähialueille yritykset voivat vähentää kuljetusmatkoja. Raaka-aineiden ja resurssien tehokas käyttäminen, puhtaiden raaka-aineiden valitseminen, energiavalinnat, pakkausratkaisut, tuotantoprosessien kehittäminen ja luomutuotteiden tuottaminen saivat niin ikään mainintoja vastauksissa. Vastauksissa myös todettiin, että yritykset kantavat ympäristövastuutaan noudattamalla lainsäädäntöä ja muita normeja.

Ympäristövastuuta käsittelevistä vastauksista kävi ilmi, että yrityksissä pyritään huomioimaan ympäristökysymykset kokonaisvaltaisesti. Eriytisesti kerrottiin tämän olevan mahdollista, kun yritys pitää koko tuotantoprosessin ”omissa käsissään”. Vastauksissa myös todettiin, että yritysten toiminta perustuu luonnonprosessiin, minkä vuoksi ympäristöstä huolehtiminen on luonnollinen ja tärkeä osa arkista toimintaa.

*”Tehdään tuotteita kuluttamatta turhaan esim. sähköä ja vettä. Ei tuhlaa raaka-aineita. Jätteiden lajittelu.”*

(Maitotuotteiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Kymenlaakso)

*”Yrityksemme elää ympäristöstä, joten raaka-aineiden puhtaus ja ympäristö kaikinensa todella tärkeä asia.”*

(Eläinten ruokien valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Kymenlaakso)

Vastuu paikallisyhteisöstä koettiin niin ikään tärkeäksi Kymenlaakson elintarvikeyritysten keskuudessa. Erittäin tärkeitä nämä aiheet ovat 41 prosentille, melko tärkeitä 32 prosentille, tärkeitä 24 prosentille ja vain vähän tärkeitä kolmelle prosentille vastaajista. Vastaajat korostivat paikallisten yritysten välisen yhteistyön merkitystä niin raaka-aineiden hankinnassa, palveluiden käyttämisessä kuin muutoinkin yritysten keskinäisissä verkostoissa. Toinen useita mainintoja saanut näkökulma oli paikallisyhteisön elävöittäminen, alueen vetovoimaisuuden vahvistaminen ja tapahtumien järjestäminen. Moni vastaajista toi esiin heidän toimintansa työllistävän vaikutuksen, ja vastuuta kannetaan myös tuottamalla korkealaatuisia ja terveellisiä tuotteita paikallisyhteisön ja laajemman asiakaskunnan käytettäväksi.

*”Verkostoituminen ja yhteistoiminnallisuus paikallisten kanssa on lähestulkoon tärkeä-*

*pää kuin itse tämä liiketoiminta, eli erittäin tärkeää on!”*

(Leipomotuotteiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Kymenlaakso)

*”Pienyrittäjät ovat juuri niitä, jotka pitävät ns. paikkakuntaa hengissä. Omalta osaltaan elävöittän ja myös työllistän paikallisia toimijoita.”*

(Leipomotuotteiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Kymenlaakso)

*”Valmistamme raaka-aineita ruoan tuottamiseksi ihmisille, joten tottakai vastuu paikallisyhteisöstä on tärkeä asia, että raaka-aineet ovat laadukkaita ja syömiskelpoisia.”*

(Eläinten ruokien valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Kymenlaakso)

Kolmannes Kymenlaakson elintarvikealan yrityksistä on vastannut jossain vaiheessa julkisen sektorin tarjouspyyntöön. Jokainen vastaus on tehty yksin, siis ilman yritysten välistä yhteistyötä. Suurin osa (64 %) vastaajista ei siis ole vastannut julkisen sektorin tarjouspyyntöön. Useimmin tämä johtuu tuotantokapasiteetista, joka ei riitä täyttämään tarjouspyyntöjen edellyttämää toimitusvolyyymia. Lähes yhtä usein syyksi nimettiin se, että yrityksen tuotevalikoima ei sovellu julkisen sektorin käyttöön tai yrityksille ei ole esitetty tarjouspyyntöä. Tarjouspyyntöihin vastaamattomuus voi johtua myös siitä, että vastaaminen on koettu hankalaksi, kysyntää tuotannolle löytyy muualtakin tai yritys on sopinut toimittavansa tuotantonsa muualle. Vastauksissa tuotiin esiin aiempia pettymyksiä julkisten hankintojen suhteen, mikä myös voi johtaa siihen, ettei tuleviin tarjouspyyntöihin vastata.

*”Selvitetty aikanaan. -- Mutta tilanne se, että pitäisi kyetä melkosen suuriin kokonaistoimituksiin sitten kuitenkin. Eikä pienillä paikallisilla toimijoilla ole käytännössä mitään jakoa asian suhteen. -- Että huonoja kokemuksia on tästä julkisen sektorin kanssa toimimisesta. Lisäksi olisi pitänyt tehdä 2v kiinteähintainen sopimus kaikkien tuotteiden toimituksista, joka on ihan mahdotonta.”*

(Myllytuotteiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Kymenlaakso)

*”Eipä sinne ole mitään asiaa. Vaikka laitteita kaikki alueen pienet paikalliset leipomot yhteen ja pyrittäis tekemään tarjous ja toimitamaan, niin eipä sitä taidettaisi kyetä toi-*

*mittamaan sittenkään. -- kaikki otetaan vaan suurilta toimittajilta että helpommalla päästäs. Myös ulkomailta tuodaan paljon, esim. jostain Latviasta halvalla.”*

(Leipomotuotteiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Kymenlaakso)

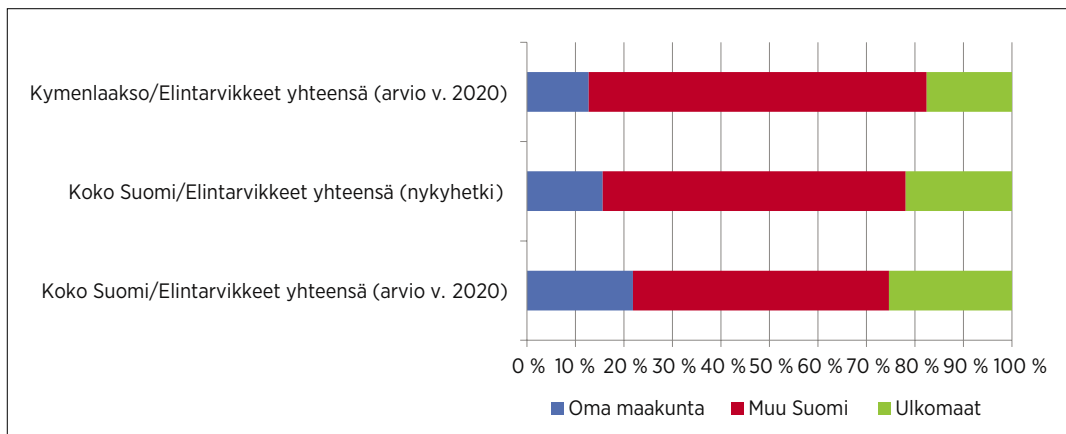
*”Yhden kerran Puolustusministeriö oli kiinnostunut meidän viinistä juhliinsa viiniksi. Tehtiin sitten tarjous ja VN:n keittiömestariakin suositteli tätä meidän kuohuviiniä juhlahuomaksi, mutta jollakin meni sitten ns. pupu pöksyyn ja halusi pelata varman päälle juomapuolen suhteen, vaikkakin oli hyvä ja laadukas kotimainen viini tarjolla. Päättivät sitten ottaa ”varman ulkolaisen samppanjan”. Eli ei saatu tarjousta menemään lävitse. Mielestäni Puolustusministeriönkin pitäisi puolustaa kotimaista! Jäänyt tuosta sitten vähän sellanen fiilis, et eipä noihin julkisen puolen tarjouskilpailuihin kannata lähteä.”*

(Juomien valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Kymenlaakso)

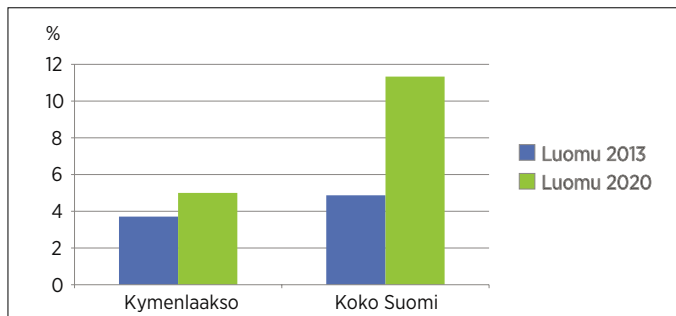
### 3.8.3 HANKINTARENKAILLE JA -YKSIKÖILLE LÄHETETYN KYSELYN TULOKSIA

Kymenlaaksosta saatiin kaksi vastausta hankintarengaskyselyyn. Toinen vastauksista oli puutteellinen sen osalta, missä suhteessa kyseinen hankintarengas ostaa nykyisin elintarvikehankintansa omasta maakunnasta, muualta Suomesta tai ulkomailta. Näin ollen nykytilannetta kuvaavat tulokset perustuvat vain yhteen vastaukseen. Pääsääntöisesti yhteen vastaukseen perustuvia tuloksia ei raportoida, joten Kymenlaakson hankintarengaiden nykyisten elintarvikehankintojen jakautumisesta eri alueille voidaan esittää lähinnä kuvailevia tuloksia. Kumpikin vastaaja esitti arvionsa hankintojensa jakautumisesta eri alueille vuonna 2020.

Kymenlaakson julkisektoriostetuista elintarvikkeista ostetaan omasta maakunnasta etenkin tuoreita leipomotuotteita ja perunoita sekä kasviksia mahdollisuuksien mukaan. Vastaajat arvioivat, että vuonna 2020 lähes 13 prosenttia elintarvikehankinnoista ostetaan omasta maakunnasta (kuvio 41). Osuus on muutaman prosenttiyksikön suurempi kuin



**Kuvio 41.** Kymenlaakson hankintarengaiden ja -yksiköiden hankintojen jakautuminen eri alueille vuosina 2013 ja 2020.



**Kuvio 42.** Kymenlaakson hankintarengaiden ja -yksiköiden luomuhankintojen osuus vuosina 2013 ja 2020.

toisen vastaajan arvio nykyisestä tilanteestaan. Vastaajien arvion mukaan ulkomailta ostetaan tulevaisuudessa noin 18 prosenttia elintarvikehankinnoista. Osuus on lähellä toisen vastaajan ilmoitusta nykytilanteestaan. Vastausten perusteella voisi siis arvioida, että elintarvikehankintojen kotimaisuusaste on tällä hetkellä noin 80 prosenttia ja kotimaisuusaste pysyy samalla tasolla myös lähivuosina. Kotimaisuusaste on hieman koko Suomea koskevaa keskimääräistä arviota suurempi. Paikallisten tuotteiden osuus voi hieman kohota nykyisestä tilanteesta. Omasta maakunnasta ostetaan kuitenkin hieman vähemmän elintarvikkeita kuin Suomessa keskimäärin. Vastauksissa muistutettiin, että etenkin vihannesten kohdalla sesonkivaihtelu vaikuttaa merkittävästi siihen, mistä elintarvikkeita on saatavilla.

Tällä hetkellä vastaajien elintarvikehankinnoista lähes neljä prosenttia on luomutuotantoa. Osuuden arvioidaan kasvavan noin viiteen prosenttiin vuoteen 2020 mennessä. Vastauksista ilmenee, että hankintarenkailla on kiinnostusta lisätä luomutuotteiden käyttöä, jos sopivia tuotteita olisi enemmän tarjolla. Luomun osuus Kymenlaakson julkiskeittiösektorin elintarvikehankinnoista on suomalaisten hankintarenkaiden ilmoittamia keskimääräisiä osuuksia pienempi.

Vastaajat toivat esiin monia muutostrendejä, jotka vaikuttavat merkittävästi elintarvikehankintoihin vuoteen 2020 ulottuvalla jaksolla. Kuvailut trendit liittyvät elintarvikkeiden tuotantoprosessiin. Monipuoliset raaka-aineet, asiakkaiden tarpeita vastaavat erilaiset pakkauskoot ja jalostusasteet sekä tuotteiden soveltuvuus suuriin tuotantoeriin korostuvat vastaajien mukaan lähitulevaisuudessa. Vahvistuvaksi trendiksi mainittiin myös kiinnostus elintarvikkeiden jäljitettävyyttä kohtaan. Tulevaisuudessa hinta-laatusuhteen merkitys voimistuu edelleen.

Tällä hetkellä kumpikin vastaajista osallistuu yhteisiin ja erillisiin suunnittelukokouksiin ruokapalveluvastaavien ja elintarvikkeiden tuottajien. Myös tukkuliikkeiden kanssa pidetään suunnittelukokouksia. Pienempiin elintarvikeyrityksiin on otettu yhteyttä esimerkiksi ProAgrian kautta.

Lähiruoan käyttöä julkiskeittiösektorilla voitaisiin vastaajien mukaan edistää parhaiten keskustelemalla avoimesti siitä, millaisia tuotteita julkiskeittiot tarvitsevat ja miten esimerkiksi tuotteiden kuljetukset olisi järjestettävä. Lähiruokaa voitaisiin käyttää enemmän, jos hankintoihin olisi käytettävissä enemmän varoja. Lähiruoan käytön lisääminen edellyttää myös elintarviketuotannon kehittämistä siten, että tuotteet jalostettaisiin suurten keittiöiden tarpeiden mukaisesti.

### 3.8.4 MAATALOUDEN JA ELINTARVIKETEOLLISUUDEN ALUETALOUDELLISET VAIKUTUKSET<sup>54</sup>

#### 3.8.4.1 Nykytilanteen vaikutukset

Maatalouden vaikutus Kymenlaakson BKT:hen on kerroinvaikutuksineen noin 3,1 prosenttiyksikköä eli noin 168 miljoonaa euroa. Lisäksi maatalous työllistää Kymenlaaksossa noin 4,4 prosenttiyksikköä maakunnan työllisistä, mikä tarkoittaa noin 3 500 henkilötyövuotta. Elintarvikkeiden ja juomien valmistuksen vaikutus Kymenlaakson BKT:hen on noin 4,6 prosenttiyksikköä eli noin 248 miljoonaa euroa. Elintarviketeollisuus työllistää kerroinvaikutuksineen Kymenlaakson työllisistä noin 2,3 prosenttia, mikä käsittää reilut 1 800 henkilötyövuotta.

Elintarviketeollisuuden alatoimialoista suurin vaikutus maakunnan talouteen ja työllisyyteen on leipomotuotteiden valmistuksella, yli 180 miljoonaa euroa ja reilut 1 200 henkilötyövuotta. Toiseksi suurin vaikutus on eläinten ruokien valmistuksella vaikuttaen aluetalouteen noin 45 miljoonalla eurolla ja työllisyyteen noin 350 henkilötyövuodella. Eläinten ruokien valmistus vaikuttaa positiivisesti oman alan lisäksi huomattavasti muun muassa maatalouden työllisyyteen kerroinvaikutuksen kautta, mikä näkyy eläinten ruokien työllisyysvaikutusten suuruudessa.

Maatalouden työllisyyskerroin on Kymenlaaksossa 1,1. Näin ollen yksi maatalouden työntekijä luo kerroinvaikutusten kautta 0,1 muuta työpaikkaa. Elintarviketeollisuuden työllisyyskerroin on 2,0. Tämä tarkoittaa, että Kymenlaaksossa yksi elintarviketeollisuuden työntekijä työllistää kerroinvaikutusten kautta 1,0 muuta. Näistä 0,9 kohdistuu muuhun elintarvikeketjuun ja loput aluetalouden muihin toimialoihin.

<sup>54</sup> Kouvolan seutukunnan elintarviketeollisuuden aluetaloudellisia vaikutuksia on selvitetty aikaisemminkin (Määttä ym., 2012). Tämän käsillä olevan selvityksen tulokset osoittavat, että aikaisemman selvityksen asiantuntija-arviot elintarviketeollisuuden alatoimialojen jakautumisesta keskenään eivät olleet täysin todellista tilannetta vastaavia. Muun muassa lihanjalostuksen ja maitotuotteiden valmistuksen osuukien oletettiin olevan selvästi todellisuutta suuremmat johtuen esimerkiksi alalla tapahtuneista merkittävistä irtisanomisista ja supistuksista. Tästä syystä tämän ja aikaisemman selvityksen tulokset elintarviketeollisuuden alatoimialojen osalta eivät ole vertailukelpoisia, koska aiemmin alatoimialojen jakamiseen käytettiin asiantuntija-arvioita ja tässä selvityksessä jako on tehty virallisten tilastojen perusteella. (Määttä ym., 2012.)

Taulukko 24. Maatalouden ja elintarviketeollisuuden vaikutukset Kymenlaaksossa.

Toimiala	BKT (%-yksikköä)	BKT (milj. euroa)	Työllisyys (%-yksikköä)	Työllisyys (htv)
MAATALOUS	3,08	167,77	4,35	3509
Lihanjalostus ja teurastus	0,11	5,97	0,10	84
Kalanjalostus	0,04	2,31	0,03	26
Hedelmien, marjojen ja vihannesten jalostus	0,00	0,02	0,00	3
Maitotuotteiden valmistus	0,00	0,16	0,00	4
Myllytuotteiden valmistus	0,01	0,79	0,01	8
Leipomotuotteiden valmistus	3,37	183,53	1,55	1246
Muu elintarvikkeiden valmistus	0,18	10,04	0,10	82
Eläinten ruokien valmistus	0,82	44,82	0,44	352
Juomien valmistus	0,00	0,26	0,02	20
ELINTARVIKETEOLLISUUS YHTEENSÄ	4,55	247,90	2,27	1825

3.8.4.2 Tulevaisuuden vaikutukset

Kymenlaaksosta kyselyyn vastanneet hankintarenkaat ilmoittivat hankkivansa tällä hetkellä 7,5 prosenttia elintarvikkeista omasta maakunnasta. Ne arvioivat, että vuonna 2020 oman maakunnan hankintojen osuus olisi noin 12,8 prosenttia eli lähituotteiden hankinnassa olisi odotettavissa kohdalaista kasvua. Tällä hetkellä hankintarenkaiden elintarvikkeiden kokonaishankintojen arvo oli 8,3 miljoonaa euroa, joista oman maakunnan hankintoihin käytettiin 0,62 miljoonaa euroa. Tulevaisuudessa oman maakunnan elintarvikehankintojen arvo nousisi 1,06 miljoonaan euroon. Muutos oman maakunnan tuotteisiin käytetyssä rahamäärässä olisi siis 440 000 euroa.

Jos Kymenlaakson hankintarenkaat käyttäisivät arvioimansa 440 000 euroa lisää oman maakunnan elintarvikehankintoihin, vaikuttaisi se alueen työllisyyteen 13,5 henkilötyövuotta. Näin ollen sataatuhatta euroa kohden, joka käytetään paikallisten elintarvikkeiden ostoon, vaikutetaan

maakunnan työllisyyteen 3,1 henkilötyövuoden verran, kun otetaan huomioon myös kerronvaikutukset. Työllisyysvaikutusten lisäksi paikallisten elintarvikkeiden käyttö julkisissa keittiöissä vaikuttaa myös alueen talouteen. Kymenlaakson osalta vaikutus bruttokansantuotteeseen olisi 0,8 miljoonaa euroa, jos julkisia elintarvikehankintoja kohdistettaisiin omaan maakuntaan lisää arvioitu 0,44 miljoonaa euroa.

Taulukko 25. Tulevaisuuden (v. 2020) vaikutukset Kymenlaakson työllisyydelle ja taloudelle nykytilanteeseen nähden.

	Paikallisten tuotteiden käytön vaikutukset
Vaikutus työllisyyteen (htv)	13,5
Vaikutus työllisyyteen (htv) / 100 000 €	3,1
Vaikutus BKT:hen (milj. €)	0,8

## 3.9 LAPPI

### 3.9.1 MAATALOUS JA ELINTARVIKE- TEOLLISUUS LAPISSA

Lapin maakunta käsittää Suomen pohjoisimman osan, noin neljäsosan koko maan pinta-alasta. Maakunnan asukasluku oli vuoden 2012 lopussa 182 856 henkilöä. Asutustiheys on koko maan pienin, kaksi asukasta/neliökilometri. Maantieteellisesti Lappia leimaavat pitkät etäisyydet. Maaseutu on suurimmaksi osaksi harvaan asuttua. Luonnonoloiltaan Lappi on pääosin tyypillistä havumetsävyöhykettä, jossa on toisistaan selvästi erottuvat vuodenajat. Laajasta alueesta johtuen luonnonolot kuitenkin vaihtelevat. Kasvukauden pituus vaihtelee Meri-Lapin noin 145 vrk:n ja ylätunturien 90-100 vrk:n välillä. Kasvukauden lyhyttä korvaa osin kesän valoisuus. (Ilmatieteen laitos, 2013; Lapin ELY-keskus, 2012; Lapin liitto, 2012).

Lapin alueella oli vuoden 2012 tietojen mukaan 1 712 maatilaa ja 1 536 viljelijää. Eniten tiloja (859) oli keskittynyt luokkaan muu kasvituotanto, johon kuuluu muun muassa maidontuotantoon liittyvä rehuntuotanto. Seuraavaksi eniten (424) oli lypsykarjatiloja. (Matilda, 2013). Maidontuotanto muodostaa noin 80 prosenttia maatalouden tuloista. (Lappi lukuina, 2013). Kasvinviljely ja kotieläintalous työllistivät Lapissa 1 302 henkilöä vuonna

2011. Toimipaikkojen määrä oli 1 058. Suurin työllistäjä oli kotieläintalous (737 henkilöä) ja varsinkin lypsykarjan kasvatusta (554 henkilöä). Seuraavaksi suurin työllistäjä oli yhdistetty kasvinviljely ja kotieläintalous (408 henkilöä). (Toimiala Online, 2013). Porotalous työllistää Lapissa kaikkiaan noin 1 500 henkilöä. Luonnontuotteiden, kuten marjojen, kalojen ja yrttien ympärille on syntynyt melko paljon yritystoimintaa. Ala on läheisessä yhteydessä myös matkailuun, ja tuotteiden jalostusastetta pyritään jatkuvasti nostamaan (Lappi lukuina, 2013; Matilda, 2013; Toimiala Online, 2013).

Lapissa alkutuotannon osuus työvoimasta (5,5 %) on muuta Suomea (3,7 %) korkeampi (Lapin liitto, 2012). Koko alkutuotannon liikevaihto oli 89,4 miljoonaa euroa vuonna 2011. (Toimiala Online, 2013). Porotaloudella on merkittävä rooli pohjoisen harvaanasutun maaseudun elinkeinona: se luo toimeentulomahdollisuuksia, se on merkittävä imagollinen sidostoimiala matkailulle ja sillä on myös kulttuurinen merkityksensä. Porotaloudessa rakenne on muuttunut siten, että poronmistajien määrä on pudonnut ja vastaavasti porokarjojen koko on kasvanut. (Niemi & Ahlstedt, 2013).

Elintarvikkeiden ja juomien valmistus työllisti Lapissa 364 henkilöä vuonna 2012. Alan liikevaihto oli 71,6 miljoonaa euroa. Suurimpia työllistäjiä olivat lihatuotteiden jalostus (158 henkilöä) ja leipomotuotteiden valmistus (162 henkilöä). Suurin liikevaihto oli lihanjalostuksessa, 49 miljoonaa



Lakka on pohjoisen arvostettu marja. (Kuva: Jari Viitaharju)

euroa. Maakunnan alkutuotanto painottuu maidontuotantoon, mutta maidon jatkojalostus tapahtuu käytännössä täysin maakunnan ulkopuolella. (Toimiala Online, 2013). Lapin puikulaperuna on saanut ensimmäisenä suomalaisena tuotteena Euroopan Unionin myöntämän SAN-alkuperänimisuojan. Lapin puikula on perunan pohjoinen paikallislaji. (Ruokatieto, 2013c).

**Taulukko 26.** Lapin elintarvikealan toimipaikat.

Toimiala	Yritykset 2013 (kpl) <sup>55</sup>	Yritykset 2012 (kpl) <sup>56</sup>
Teurastus, lihan käsittely ja lihatuotteiden valmistus	57	29
Kalan, äyriäisten ja nilviäisten jalostus ja säilöntä	12	10
Hedelmien ja kasvien jalostus ja säilöntä	12	10
Maitotaloustuotteiden valmistus	5	1
Mylly- ja tärkkelystuotteiden valmistus	1	-
Leipomotuotteiden, makaronien yms. valmistus	41	31
Muiden elintarvikkeiden valmistus	11	6
Juomien valmistus	6	5
<b>Yhteensä</b>	<b>145</b>	<b>92</b>

### 3.9.2 YRITYSKYSELYN TULOKSIA

Lapista kyselyyn vastasi yhteensä 29 elintarvikealan yritystä. Niistä yhdeksän päätoimialana on lihatuotteiden valmistus ja toiset yhdeksän vastaajaa valmistavat päätoimisesti leipomotuotteita. Kyselyyn ei vastannut sellaisia lappilaisia elintarvikeyrityksiä, joiden päätoimialana on kasvi- ja eläinrasvojen ja -öljyjen, maitotaloustuotteiden, mylly- ja tärkkelystuotteiden tai eläinten ruokien valmistaminen.

Lapissa toimivat elintarvikealan yritykset ostavat keskimäärin 58 prosenttia tuotantonsa raaka-aineista omasta maakunnasta (kuvio 43). Muilta Suomen alueilta hankittavien raaka-aineiden osuus on 38 prosenttia. Ulkomailta ostetaan neljä prosenttia tuotannossa käytettävistä raaka-aineista.

Juomien valmistajat ostavat kaikki tuotantonsa raaka-aineet oman maakunnan alueelta. Liha- ja kalatuotteiden valmistajat sekä hedelmien ja kasvien jalostajat hankkivat yli puolet tuo-

tantonsa raaka-aineista omasta maakunnastaan. Tuontiraaka-aineiden osuus taas on suurin kalanjalostuksessa.

Suurin osa (79 %) vastaajista arvioi, että omassa maakunnassa tuotettujen raaka-aineiden osuus pysyy nykyisellä tasolla myös tulevaisuudessa. Vastaajista 18 prosenttia arvioi oman maakunnan osuuden kasvavan. Yksi vastaaja ennakoii osuuden pienenevän tulevana vuosina, koska raaka-aineiden saatavuus heikkenee niitä tarjoavien yrittäjien lopettaessa yritystoimintansa ikääntymisen myötä. Raaka-aineiden saatavuuteen kiinnitettiin huomiota myös muissa vastauksissa: joko oman maakunnan tuotanto ei ole riittävää elintarvikeyritysten tarpeisiin nähden tai tarvittavia raaka-aineita ei ylipäättään tuoteta oman maakunnan alueella. Vastauksissa muistutettiin myös vuotuisten satovaihtelujen merkityksestä.

*”Omasta maakunnasta ei saa riittävästi raaka-ainetta ja joidenkin artikkelien osalta oma maakunta ei tarjoa ollenkaan”*

(Kalanjalostaja, alle kymmenen työntekijää, Lappi)

Lapin elintarvikeyritykset myyvät lähes kaiken tuotantonsa kotimaassa: 47 prosenttia omassa maakunnassa ja 51 prosenttia muualle Suomeen. Pari prosenttia liikevaihdosta kertyy viennistä. Oman maakunnan osuus on suurin leipomotuotteiden osalta, kun taas viennin osuus on suurin juomien valmistajien kohdalla (kuvio 44).

Tukkumyynti on tärkein myyntikanava Lapin elintarvikeyrityksille. Vastausten perusteella liikevaihdosta 53 prosenttia kertyy tukkumyynnistä ja 39 prosenttia vähittäiskaupasta. Suoramyyntin sekä ruokapalveluita tarjoavien yritysten ja yhteisöjen osuus on kummankin noin neljä prosenttia.

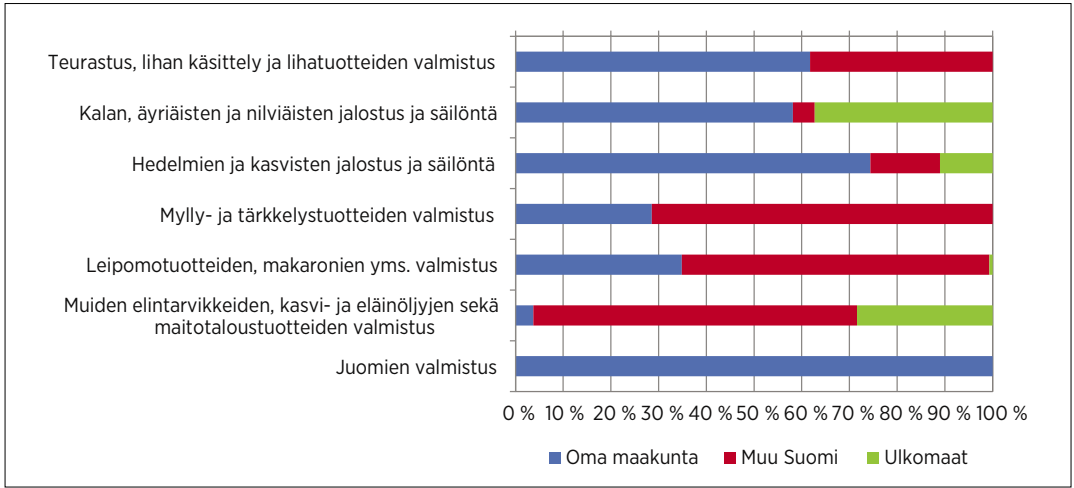
Lapin elintarvikeyritysten tuotannosta hieman alle kaksi prosenttia on luomutuotantoa (kuvio 45). Osuuden arvioidaan kipuavan vähän yli kahteen prosenttiin vuoteen 2020 mennessä. Osuus on etenkin tulevaisuudenarvion osalta huomattavasti pienempi kuin maassa keskimäärin. Moni vastaajista tuottaa riista- ja metsämarjatuotteita, joita ei voi markkinoida luomutuotteina. Tästä rajanvedosta muistutti myös eräs kyselyyn vastanneista:

*”Poronliha tulee läheltä ja puhtaasta luonnosta vaikka sitä ei voi huomiksi kutsuaakaan.”*

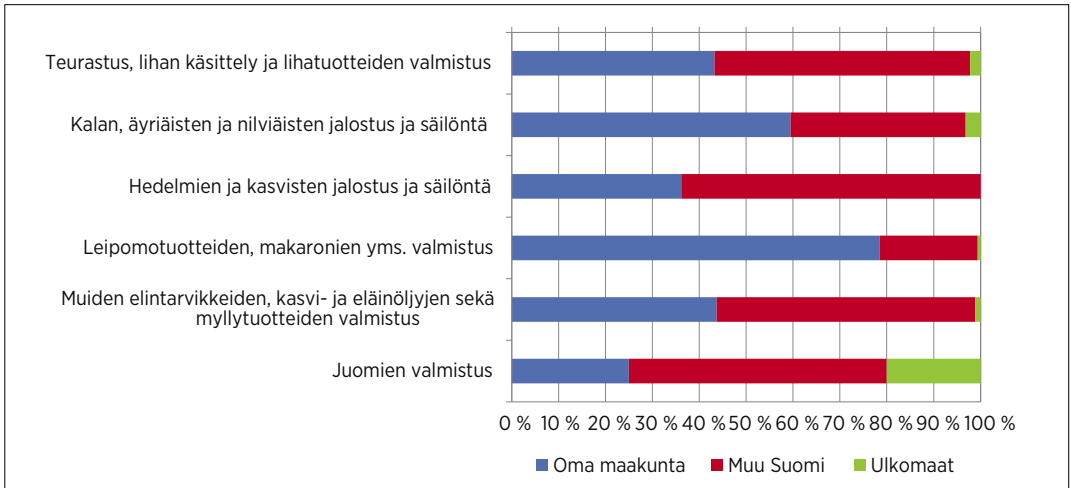
(Lihatuuotteiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Lappi)

<sup>55</sup> Tiedot: Ruoka-Suomi, 2013

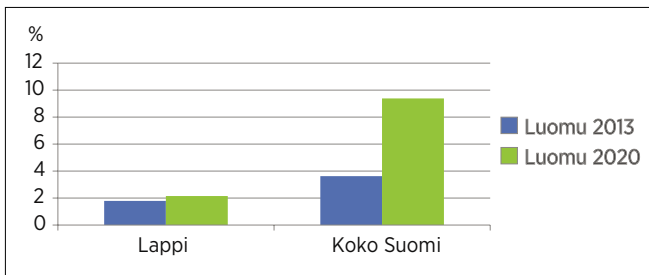
<sup>56</sup> Tiedot: Toimiala Online, 2013



**Kuvio 43.** Lapin elintarvikeyritysten raaka-aineostojen jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille<sup>57</sup>.



**Kuvio 44.** Lapin elintarvikeyritysten myynnin jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille.



**Kuvio 45.** Lapin elintarvikeyritysten luomutuotannon osuus vuosina 2013 ja 2020.

<sup>57</sup> Kasvi- ja eläinöljyjen ja -rasvojen sekä maitotaloustuotteiden valmistuksen osalta kyselyyn vastasi yksi yritys, joka tuottaa sivutoimisesti kyseisiin toimialoihin luettavia tuotteita. Yksittäisiin vastauksiin perustuvia tuloksia ei raportoida, vaan nämä vastaukset on yhdistetty muiden elintarvikkeiden tuottajien vastauksiin. Ilman näiden vastausten yhdistämistä muiden elintarvikkeiden valmistajat ostavat raaka-aineistaan 60 prosenttia omasta maakunnasta, 35 prosenttia muualta Suomesta ja viisi prosenttia ulkomailta.



*"Nykyinen lainsäädäntö romuttaa luomutuotannon, tuottajia on, mutta tuotteita on vaikea saada markkinoille, liian vaikean lainsäädännön takia."*

(Lihatuuotteiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Lappi)

Lapin elintarvikealan yritykset suhtautuvat luotavaisesti tulevaisuuteen: 59 prosenttia vastaajista arvioi liikevaihtonsa kasvavan vuoteen 2020 ulottuvalla jaksolla. Loput 41 prosenttia vastaajista ennakoivat, että liikevaihto pysyy nykyisellä tasolla myös lähivuosina. Yritykset, jotka arvioivat liikevaihtonsa kasvavan, tavoittelevat maltillista muutaman prosentin vuotuista kasvua. Pari yritystä arvioi liikevaihtonsa kaksinkertaistuvan vuoteen 2020 mennessä. Koko maakunnan keskimääräinen kasvuarvio on 23 prosenttia. Osa yrityksistä hakee kasvua viennistä, toisten liikevaihto kasvaa äskettäin tehtyjen muutosten voimalla.

Merkittävimmät muutostrendit, jotka vaikuttavat Lapin elintarvikeyritysten toimintaan vuoteen 2020 mennessä, liittyvät vahvimmin asiakkaiden kulutuskäyttäytymisen muutoksiin. Paikallisten tuotteiden arvostuksen kasvaminen mainittiin useimmin lähitulevaisuuden muutostrendiksi. Luonnonmukaisesti tuotetut, puhtaat, aidot, kotimaiset, korkealaatuiset ja lisäaineettomat tuotteet ovat vastaajien mukaan yhä suosituimpia. Vastauksissa todettiin, että asiakkaat antavat erityistä arvostusta Lapin luonnon raaka-aineille. Asiakkaat ovat kiinnostuneita ruoan alkuperästä ja suosivat luotettavia, selkeillä pakkausmerkinnöillä varustettuja tuotteita. Edellä mainittuihin aiheisiin liittyen vastauksissa ennustettiin, että myös tulevaisuudessa paljastuu ruokaskandaaleita. Vastauksissa kiinnitettiin huomiota toimitusvarmuuden tärkeyteen, odotettiin uusien ruokatrendien syntymistä, ennakoitiin valmisruoan suosion vahvistuvan ja toisaalta arvioitiin kotona tapahtuvan ruoanlaiton kehittyvän vahvaksi trendiksi.

Kulutuskäyttäytymiseen liittyvien muutostrendien lisäksi vastauksissa kerrottiin yrittäjän eläköitymisestä ja toisaalta pohdittiin yhteistyökumppaneiden eläkkeelle jäämisen vaikutuksia. Verkkokaupan kehittyminen, taloudellinen taantuma ja asiakkaiden heikentynyt maksuvalmius, lainsäädännön muutokset ja kiristynyt kilpailu mainittiin niin ikään merkittäviksi lähivuosien muutostrendeiksi. Vastauksissa arvioitiin matkailun lisääntyvän, mikä edelleen lisää paikallisten elintarvikkeiden kysyntää. Eräs vastaaja korosti kalakantojen kehityksen vaikutusta yrityksensä toimintaan, toinen puolestaan oli huolissaan työvoiman saatavuudesta.



Porotalous on paikallisesti merkittävä maaseutuelinkeino. (Kuva: Leena Viitaharju)

*"Tulevaisuuden trendinä voisi mainita vahvan paikallisuuden arvostamisen. Ruoan kotimaisuutta ja luotettavuutta arvostetaan myös. Siitä ovat osoituksena viime aikojen ruokaskandaalit (hevosenliha)."*

(Lihatuuotteiden valmistaja, alle 100 työntekijää, Lappi)

Ympäristövastuu koetaan erittäin tärkeäksi 28 prosentissa, melko tärkeäksi 14 prosentissa, tärkeäksi 55 prosentissa ja vain vähän tärkeäksi kolmessa prosentissa Lapin elintarvikealan yrityksissä. Käytännössä ympäristövastuuta kannetaan huolehtimalla jätteistä kierrättämällä, kompostoimalla ja uusiokäyttötapoja etsimällä. Lisäksi vastaajat kertoivat tuottavansa luomutuotteita, valmistavansa korkealaatuisia ja puhtaita elintarvikkeita ja minimoimalla kuljetusmatkoja. Useissa vastauksissa korostettiin ympäristövastuun kokonaisvaltaisuutta: yrityksissä pyritään löytämään ekologiset toimintatavat, kunnioitetaan luontoa ja toimitaan luonnon kantokyvyn rajoissa.

*"Pyrimme toimimaan mahdollisimman ekologisesti ja huolehdimme tuotteiden korkeasta laadusta."*

(Kalanjalostaja, alle kymmenen työntekijää, Lappi)



Vastuu paikallisyhteisöstä on niin ikään tärkeää Lapin elintarvikeyrityksille: erittäin tärkeää 29 prosentille, melko tärkeää 18 prosentille, tärkeää 50 prosentille ja vain vähän tärkeää kolmelle prosentille vastaajista. Vastaajat korostivat työllistävää vaikutustaan. Useat vastaajat kertoivat myös hankkivansa raaka-aineita ja palveluita paikallisilta toimijoilta sekä tekevänsä muutoinkin yhteistyötä alueen muiden yritysten kanssa. Lisäksi vastauksissa todettiin, että toiminnan myötä paikallisille asukkaille ja matkailijoille voidaan tarjota laajempaa tuotevalikoimaa. Osallistuminen yhteisön toimintaan, oman alueen esille tuominen ja paikallisyhteisön elävöittäminen nimettiin myös tärkeiksi näkökohdiksi.

*”Tarjoamme työtä ja palveluja + lähiruokaa lähiympäristön ihmiselle”*

(Kalanjalostaja, alle kymmenen työntekijää, Lappi)

*”Yritys on kylän ainoa leipomo. Sijainti linja-autoasemalla ja keskeisellä paikalla palvelee myös matkailijoita.”*

(Leipomotuotteiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Lappi)

*”Kylällä on noin 80 asukasta. Puolet työpaikeista on kalastuksen parissa. Sillä on suuri merkitys pienelle kylälle. Osuuskuntamuoto on ollut paikallisesti toimiva ratkaisu. -- Käyttöön otettiin uudet toimintatavat eikä rasitteena ollut vanhoja perinteitä ”Näin on aina tehty”-periaatteella.”*

(Kalanjalostaja, alle kymmenen työntekijää, Lappi)

Lapin elintarvikeyrityksistä 31 prosenttia on joskus vastannut julkisen sektorin tarjouspyyntöön. Jokainen vastaus on annettu yksin, ei yhteistyössä muiden yritysten kanssa. Suurin osa kyselyyn vastanneista yrityksistä ei siis ole vastannut tarjouspyyntöön. Useimmat vastaajat kertoivat tämän johtuvan siitä, että tarjouspyyntöjä ei ole heille tehty. Lisäksi vastaajat totesivat, että vastaaminen ei olisi ollut taloudellisesti kannattavaa, tuotteet eivät sovellu julkiskeittiöiden käyttöön, tuotantomäärät eivät riittä kattamaan pyydettyjä toimitusmääriä tai tuotteille löytyy kysyntää riittävästi muualtakin. Vastauksissa harmiteltiin sitä, että julkisissa hankinnoissa painotetaan elintarvikkeiden hintaa muiden näkökohtien kustannuksella. Vastauksista ilmeni myös toiveikkuutta, että julkisten hankintojen valintakriteerit monipuolistuisivat.

*”Euro sanelee pitkälle hankinnat julkisella puolella. Ravintolat puhuvat paljon paikallisesta kalasta mutta toimitusmäärien ollessa pieniä myös kuljetuskustannukset kasvavat korkeaksi. Niillekin on käytännössä helpompaa hankkia kaikki tuotteet samasta paikasta (tukusta). Tämä johtaa helposti esim. ulkomaisen lohen käyttöön.”*

(Kalanjalostaja, alle kymmenen työntekijää, Lappi)

*”Julkisissa hankinnoissa painotettiin aiemmin vain hintaa. Lainmuutoksen myötä toivottavasti myös muut tekijät nousevat esiin toimitajaa valittaessa.”*

(Lihatuotteiden valmistaja, alle 100 työntekijää, Lappi)

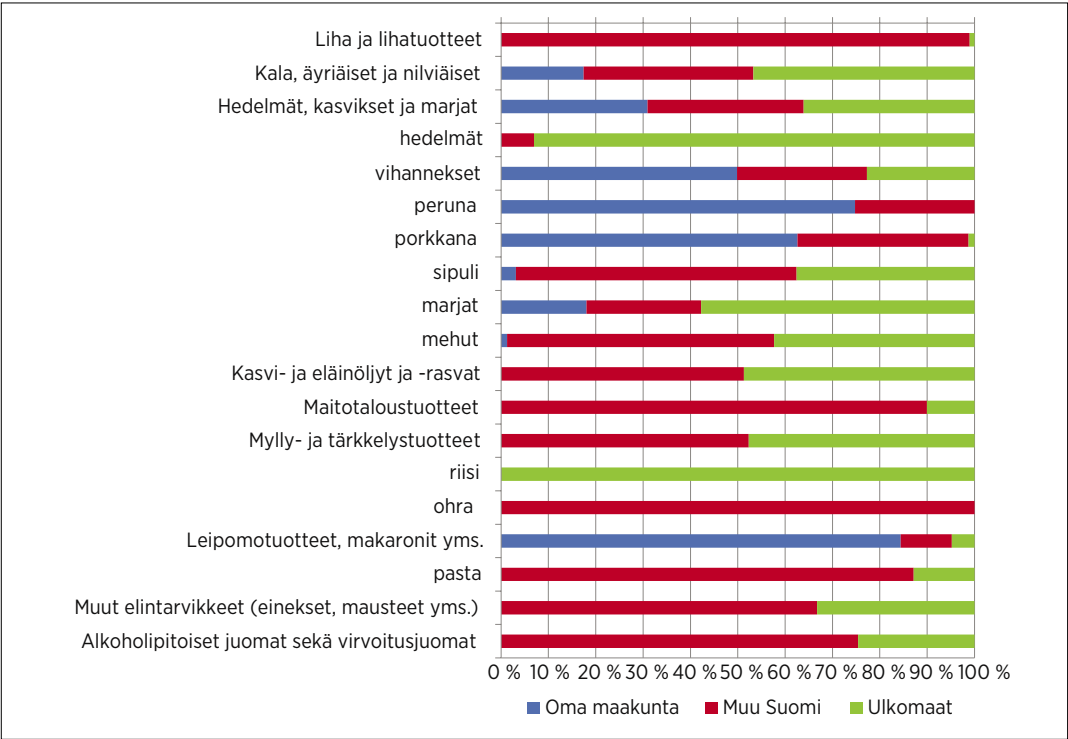
### 3.9.3 HANKINTARENKAILLE JA -YKSIKÖILLE LÄHETETYN KYSELYN TULOKSIA

Lapin alueelta viisi hankintarengasta tai -yksikköä vastasi kyselyyn, jolla selvitettiin lähiruoan käyttöä maakuntien julkiskeittiösektorilla.<sup>58</sup> Lapissa 17 prosenttia julkiskeittiöissä käytettävistä elintarvikkeista hankitaan omasta maakunnasta (kuvio 47). Vastaajat ostavat julkiskeittiöiden käyttöön lähiruokaa vuosittain noin 0,8 miljoonan euron arvosta. Muualta Suomesta ostetaan 61 prosenttia ja ulkomailta 21 prosenttia elintarvikehankinnoista. Omasta maakunnasta ostetaan etenkin leipomotuotteita ja perunoita sekä vihanneksia, juureksia ja marjoja (kuvio 46).

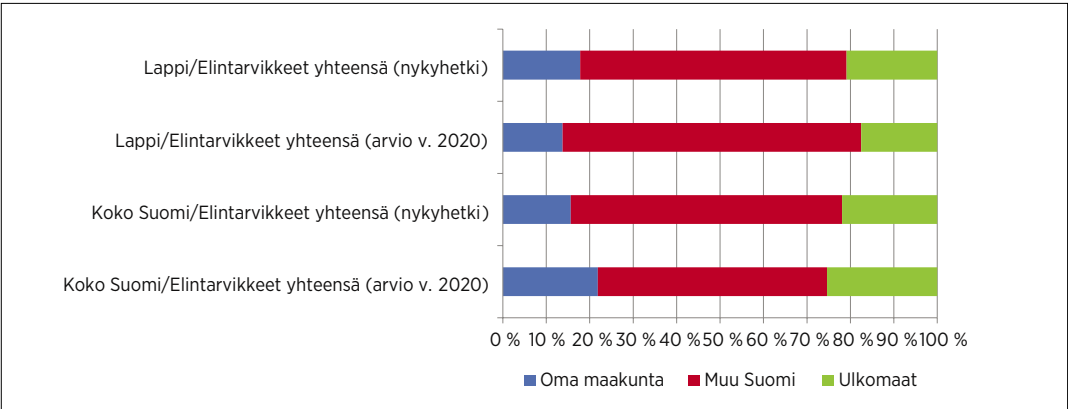
Vastaajat arvioivat, että vuonna 2020 noin 14 prosenttia elintarvikeostoista hankitaan omasta maakunnasta. Muun Suomen osuudeksi arvioitiin 69 prosenttia ja ulkomaiden osuudeksi 17 prosenttia. Lapin nykytilannetta koskevat tulokset ovat lähellä koko Suomea koskevia keskimääräisiä tuloksia. Vastausten perusteella paikallisuus- ja kotimaisuusasteen arvioidaan kehittyvän hieman eri tavoin Lapissa kuin koko Suomessa keskimäärin. Vastauksissa arvioitiin kotimaisuusasteen hieman kohoavan nykytilanteeseen verrattuna, kun taas

<sup>58</sup> Yksi vastaajista ei ilmoittanut vuosittaisten elintarvikehankintojensa euromääräistä arvoa, joten kyseistä vastausta ei voitu huomioida laskennassa. Kyseisen vastaajan elintarvikehankinnat ovat suhteellisesti melko suuret, joten jos sen elintarvikehankintojen jakautuminen eri alueille poikkeaa huomattavasti maakunnan keskimääräisistä tuloksista, raportoidut tulokset eivät kuvaa todellista tilannetta.

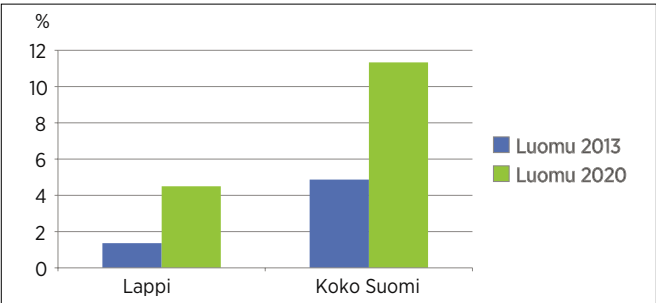
Yksi, elintarvikehankinnoiltaan suhteellisen pieni hankintayksikkö ei ilmoittanut vastauksessaan, missä suhteessa sen elintarvikehankinnat kohdistuvat eri tuoteryhmiin (esim. lihatuotteet, kalatuotteet). Tästä syystä johtuen sen vastauksia ei ole voitu huomioida tuoteryhmäkohtaisten tulosten laskennassa.



Kuvio 46. Lapin hankintarenkaiden ja -yksiköiden hankintojen jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille.



Kuvio 47. Lapin hankintarenkaiden ja -yksiköiden hankintojen jakautuminen eri alueille vuosina 2013 ja 2020.



Kuvio 48. Lapin hankintarenkaiden ja -yksiköiden luomuhankintojen osuus vuosina 2013 ja 2020.

kaikkien maakuntien vastausten perusteella ulkomaisten tuotteiden osuus hankinnoista on kasvamassa. Toisaalta Lapissa arvioitiin oman maakunnan osuuden pienenevän lähivuosien aikana, kun Suomessa keskimäärin arvioitiin paikallisten elintarvikkeiden osuuden kasvavan. On kuitenkin huomioitava, että yksi hankinnoiltaan merkittävä vastaaja ei arvioinut hankintojensa jakautumista eri alueille tulevaisuudessa. Jos sen tulevaisuutta koskeva arvio poikkeaa muiden vastaajien näkemyksistä, todellinen tilanne voi olla erilainen kuin tässä esitetään.

Luumutuotteiden osuus elintarvikehankinnoista on Lapin maakunnassa nykyisin hieman yli prosentin. Luomun osuuden arvioidaan kasvavan yli neljään prosenttiin vuoteen 2020 mennessä. Luomun osuus Lapin elintarvikehankinnoista on hieman keskimääräistä pienempi.

Lähiruoan arvostuksen kasvaminen mainittiin vastauksissa merkittävimmäksi muutostrendiksi, joka vaikuttaa elintarvikehankintoihin vuoteen 2020 mennessä. Vastauksissa tuotiin esiin myös hintakehityksen merkitys ja kotimaisten elintarvikkeiden asema.

Useimmat vastaajista käyvät nykyisin suunnittelukokouksissa tukkuliikkeiden kanssa. Yhteistyötä tehdään myös elintarvikeyritysten kanssa. Ruokapalveluvastaavien ja elintarvikkeiden tuottajien kanssa järjestetään yhteisiä suunnittelukokouksia. Vastausten perusteella hankintarenkaat ovat erilaisia yhteistyömuotojen suhteen.

Vastaajat korostivat yhteistyön ja tuotekehityksen merkitystä keinoina edistää lähiruoan käyttöä julkiskeittisektorilla. Yritysten välinen verkostoituminen sekä yhteistyö markkinoinnissa ja tuotannossa nähtiin tärkeiksi edistämiskeinoiksi. Vastauksissa toivottiin, että yhteistyötä kehitettäisiin myös metsästyssseurojen suuntaan. Elintarvikkeiden sopiva hintataso, julkiskeittioihin sopivat tuotteet ja riittävän suuret tuotantomäärät ovat myös tärkeitä osa-alueita. Vastauksissa mainittiin erityisesti kotimaisesta kalasta, sienistä ja marjoista tehty, suurkeittiöiden tarpeisiin jalostetut tuotteet, joiden kautta lähiruoan osuutta voitaisiin lisätä. Vastauksissa ehdotettiin myös yhteisen kasvistenkäsitteilylaitoksen kehittämistä. Vastauksissa toivottiin, että pienemmät toimijat voisivat valita hankintahetkellä parhaat vaihtoehdot ilman kilpailuttamista.

### 3.9.4 MAATALOUDEN JA ELINTARVIKETEOLLISUUDEN ALUETALOUDELLISET VAIKUTUKSET

#### 3.9.4.1 Nykytilanteen vaikutukset

Maataloudella on selvästi suurempi vaikutus Lapin maakunnan työllisyyteen kuin talouteen (taulukko 27). Alan vaikutus maakunnan BKT:hen on noin 0,9 prosenttiyksikköä, mikä tarkoittaa noin 47 miljoonaa euroa. Maatalous työllistää noin 4,2 prosenttiyksikköä Lapin maakunnan työllisistä eli noin 1 180 henkilötyövuotta.

Elintarviketeollisuuden vaikutus Lapin talouteen on suurempi kuin maatalouden, mutta työllisyyden osalta maataloudella on suurempi vaikutus kuin elintarviketeollisuudella. Koko elintarviketeollisuus käsittää noin 2,5 prosenttiyksikköä maakunnan BKT:stä eli noin 132 miljoonaa euroa. Elintarviketeollisuus työllistää noin 1,5 prosenttiyksikköä maan työllisistä, mikä tarkoittaa lähes 1 200 henkilötyövuotta. Elintarviketeollisuuden alatoimialoista suurin vaikutus on juomien valmistuksella, noin 89 miljoonaa euroa ja yli 600 henkilötyövuotta. Yli 200 henkilötyövuotta työllistää myös lihanjalostus ja teurastus sekä leipomotuotteiden valmistus.

Lapissa maatalouden työllisyyskerroin on 1,0, jonka mukaan maatalouden työntekijä ei luo kerroinvaikutusten kautta lisää työpaikkoja. Tämä johtuu muun muassa vuodoista alueen ulkopuolelle. Elintarviketeollisuuden työllisyyskerroin on 2,1, joten Lapissa yksi elintarviketeollisuuden työntekijä työllistää kerroinvaikutusten kautta 1,1 muuta. Näistä 0,5 kohdistuu muuhun elintarvikeketjuun ja 0,6 aluetalouden muihin toimialoihin.

#### 3.9.4.2 Tulevaisuuden vaikutukset

Lapista kyselyyn vastanneet hankintarenkaat ilmoittivat hankkivansa tällä hetkellä 17 prosenttia elintarvikkeista omasta maakunnasta. Ne arvioivat, että vuonna 2020 oman maakunnan hankintojen osuus olisi noin 13,8 prosenttia eli lähituotteiden hankinnassa olisi odotettavissa hieman vähenemistä. Tällä hetkellä hankintarenkaiden elintarvikkeiden kokonaishankintojen arvo oli 4,9 miljoonaa euroa, joista oman maakunnan hankintoihin käytettiin 0,83 miljoonaa euroa. Tulevaisuudessa oman maakunnan elintarvikehankintojen arvo laskisi 0,68 miljoonaan euroon. Muutos oman maakunnan tuotteisiin käytetyssä rahamäärässä olisi siis 150 000 euroa.

Jos Lapin hankintarenkaat käyttäisivät arvioimansa 150 000 euroa vähemmän oman maakunnan elintarvikehankintoihin, vaikuttaisi se

Taulukko 27. Maatalouden ja elintarviketeollisuuden vaikutukset Lapissa.

Toimiala	BKT (%-yksikköä)	BKT (milj. euroa)	Työllisyys (%-yksikköä)	Työllisyys (htv)
MAATALOUS	0,87	46,89	4,215	3327
Lihanjalostus ja teurastus	0,41	21,91	0,35	273
Kalanjalostus	0,02	1,01	0,02	18
Hedelmien, marjojen ja vihannesten jalostus	0,01	0,69	0,02	13
Maitotuotteiden valmistus	0,00	0,08	0,00	3
Myllytuotteiden valmistus	0,00	0,08	0,00	1
Leipomotuotteiden valmistus	0,30	16,35	0,27	212
Muu elintarvikkeiden valmistus	0,06	3,39	0,04	35
Eläinten ruokien valmistus	0,00	0,08	0,00	3
Juomien valmistus	1,64	88,74	0,79	625
ELINTARVIKETEOLLISUUS YHTEENSÄ	2,45	132,32	1,50	1183

alueen työllisyyteen vähentävästi noin viisi henkilötyövuotta. Näin ollen sataatuhatta euroa kohden, joka käytetään paikallisten elintarvikkeiden ostoon, vaikutetaan maakunnan työllisyyteen 2,9 henkilötyövuoden verran, kun otetaan huomioon myös kerroinvaikutukset. Työllisyysvaikutusten lisäksi paikallisten elintarvikkeiden käyttö julkisissa keittiöissä vaikuttaa myös alueen talouteen. Lapin osalta alentava vaikutus bruttokansantuotteeseen olisi 0,3 miljoonaa euroa, jos julkisia elintarvikehankintoja kohdistettaisiin omaan maakuntaan 150 000 euroa vähemmän.

Taulukko 28. Tulevaisuuden (v. 2020) vaikutukset Lapin työllisyydelle ja taloudelle nykytilanteeseen nähden.

	Paikallisten tuotteiden käytön vaikutukset
Vaikutus työllisyyteen (htv)	-4,6
Vaikutus työllisyyteen (htv) / 100 000 €	2,9
Vaikutus BKT:hen (milj. €)	-0,3

## 3.10 PIRKANMAA

### 3.10.1 MAATALOUS JA ELINTARVIKE-TEOLLISUUS PIRKANMAALLA

Pirkanmaan maatalouden vahvuuksia ovat korkea-tasoinen kotieläintalous ja kehittyvä maaseutuyrittäjäyys sekä nopeasti kasvava bioenergian tuotanto. Maatalouden rahavirroista noin runsas kolmannes tulee sivuansioista ja maaseutuyrittämisestä ja va-jaat kolmannekset maatalouden myyntituloista sekä maataloudelle maksettavista tuista ja korva-uksista. Pirkanmaa on ominaispiirteiltään kasvava talousmaakunta. Naapurimaakunnilla - Satakun-nalla, Kanta-Hämeellä ja Päijät-Hämeellä - on huo-mattavasti enemmän heimomaakunnan piirteitä. Sanonta ”Pirkanmaa on Suomi pienoiskoossa” ei ole viljelyolosuhteita ajatellen tuulesta tem-mattu. Pirkanmaan pohjoisosissa, Suomenselän alueella viljelyolosuhteet ovat vaikeat. Kaakkois-Pirkanmaa sen sijaan on pienilmastoiltaan ja maaperältään maakunnan parhaita, ja sinne on keskittynyt maakunnan avomaan vihannesvilje-ly ja muiden vaativien kasvien viljely. Metsillä on ollut aina merkitystä pirkanmaalaisille viljelijöille. (MTK-Pirkanmaa, 2013.)

Vuonna 2012 Pirkanmaalla oli 4 422 maa-tilaa, joista eniten oli viljanviljelyn (2 499 tilaa),

lypsykarjatalouden (546 tilaa) ja muun kasvituo-tannon (542 tilaa) tiloja. Viljelijöitä maakunnassa oli vuonna 2012 yhteensä 3 845. Pirkanmaalla on koko maan keskiarvoa enemmän muun nautakar-jatalouden, lammak- ja vuohitalouden, hevosta-louden ja viljanviljelyn maatiloja suhteessa tilojen määrään. Erikoiskasvituotannon tilojen osuus on Pirkanmaalla selvästi alhaisempi kuin koko maas-sa keskimäärin. (Matilda, 2013.)

Luomutilojen määrä oli vuonna 2012 Pirkan-maalla 436 kappaletta, mikä käsittää 9,9 prosent-tia koko Suomen luomutiloista (Evira, 2013). Pir-kanmaan luomutuotanto on laajuudeltaan kolmen suurimman maakunnan joukossa koko Suomessa. Myös pirkanmaalaiset elintarvikejalostajat ovat olleet luomutuotekehityksen etujoukkoa. Luomuvil-jellyn pellon osuus pinta-alasta on yli 10 prosent-tia, ja luomutilojen osuus kaikista tiloista on noin yhdeksän prosenttia. Luonnonmukaisesti viljeltyä peltoa on maakunnassa 16 300 hehtaaria. (ProAg-ria Pirkanmaa, 2013.)

Pirkanmaalainen ruokakulttuuri on kovin hämäläistä. Piimäjuustot, munajuustot, imelletty perunalaatikko eli tuuvinki ja kaurasta, ohraasta ja herneistä valmistettu talkkuna kuuluvat maakun-nan ruokaperinteeseen. Perinteinen hämäläinen ruokavalio on perustunut pääasiallisesti viljatuot-teisiin, perunaan ja maitoon. Vuosisadan alussa



Viljaa viljellään Pirkanmaalla yli puolessa tiloista. (Kuva: Merja Lähdesmäki)

aterioita totuttiin yleisemmin täydentämään sianlihalla ja suolakalalla. Myös vihannesten ja juurten käyttö lisääntyi. Tamperelaiseen ruokaperinteeseen taas kuuluu vahvasti ohrasta, verestä ja mausteista valmistettu mustamakkara, joka nautitaan perinteisesti maidon ja puolukkahillon kera. Toinen tunnettu alueen elintarvike on rievä eli litteähkö leipä, joka leivotaan ohrajauhoista. Rievää leipovat edelleen useat paikalliset leipomot. Myös nykyisessä pirkanmaalaisessa ruokakulttuurissa hyödynnetään paikallisten pienten elintarvike-yrittäjien tuotantoa. Lähiruokapuoteja on useita, ja suoramyyntipisteistä saa ostaa muun muassa laadukasta, lähellä tuotettua nautaa, villisikaa, lähijärvien kalaa, vihanneksia ja marjoja. Pirkanmaalla on maatiaismaitoa juustoksi ja muiksi herkuiksi jalostavia meijereitä ja pieniä elintarvikeyrityksiä villiyrteistä hilloihin. Leipomoita Pirkanmaalla on paljon. Useat ravintolat hyödyntävät lähellä tuotettuja raaka-aineita. (Aitojamakuja.fi, 2013a.)

**Taulukko 29.** Pirkanmaan elintarvikealan toimipaikat.

Toimiala	Yritykset 2013 (kpl) <sup>59</sup>	Yritykset 2012 (kpl) <sup>60</sup>
Teurastus, lihan käsittely ja lihatuotteiden valmistus	28	21
Kalan, äyriäisten ja nilviäisten jalostus ja säilöntä	10	8
Hedelmien ja kasvien jalostus ja säilöntä	8	4
Maitotaloustuotteiden valmistus	11	8
Mylly- ja tärkkelystuotteiden valmistus	10	9
Leipomotuotteiden, makaronien yms. valmistus	78	73
Muiden elintarvikkeiden valmistus	5	24
Juomien valmistus	24	7
<b>Yhteensä</b>	<b>174</b>	<b>154</b>

Elintarvikkeita jalostavien yritysten määrä Pirkanmaalla on pysynyt suunnilleen samana vuodesta 2006 vuoteen 2012. Vuonna 2006 maakunnassa oli yhteensä 182 elintarvikealan yritystä ja vuonna 2012 määrä oli 174. Yrityksistä noin 83 prosenttia oli alle yhdeksän työntekijän yrityksiä. (Ruoka-Suomi, 2013.) Elintarvikkeiden ja juomien jalostuksen henkilöstö oli Pirkanmaalla vuonna 2011 yhteensä 2 681 ja alan liikevaihto oli noin 513

miljoonaa euroa. Elintarvikealan alatoimialoista eniten toimipaikkoja on leipomotuotteiden valmistuksessa. Muiden elintarvikkeiden valmistus kuitenkin työllistää leipomotuotteiden valmistusta hieman enemmän, 1 037 henkilöä. Myös suurin liikevaihto on muiden elintarvikkeiden valmistuksessa, noin 195 miljoonaa euroa. (Toimiala Online, 2013.)

### 3.10.2 YRITYSKYSELYN TULOKSIA

Pirkanmaalta yrityskyselyyn vastasi yhteensä 47 yritystä. Vastaajista 16 yrityksen päätoimialana on leipomotuotteiden valmistus. Useita vastauksia saatiin myös päätoimisesti muita elintarvikkeita (10 vastausta) tai lihatuotteita (6 vastausta) valmistavilta yrityksiltä. Kyselyyn ei vastannut yrityksiä, joiden päätoimialana on kasvi- ja eläinöljyjen ja -rasvojen tai eläinten ruokien valmistus. Loput vastaukset jakaantuivat tasaisesti muille alatoimialoille<sup>61</sup>.

Pirkanmaan elintarvikeyritysten antamien vastausten perusteella niiden raaka-aineistoista keskimäärin 45 prosenttia tehdään omasta maakunnasta. Muualta Suomesta ostetaan 36 prosenttia raaka-ainehankinnoista, ja ulkomaisten tuontiraaka-aineiden osuus on 19 prosenttia. Oman maakunnan raaka-aineita käytetään erityisesti liha-alan yrityksissä (kuvio 49).

Vastausten perusteella useat Pirkanmaan elintarvikeyritykset tuottavat päätoimialaansa kuuluvien tuotteiden lisäksi muihin alatoimialoihin luettavia tuotteita. Raportoiduissa tuloksissa on huomioitu kaikkien yritysten vastaukset riippumatta siitä, kuinka suuri osa yrityksen liikevaihdosta kertyy kyseiseltä alatoimialalta. Jos tuloksissa huomioitaisiin ainoastaan yritysten päätoimialojaan koskevat vastaukset, omassa maakunnassa tuotettujen raaka-aineiden osuus ostoista saattaisi olla raportoitua suurempi<sup>62</sup>.

Pirkanmaan elintarvikeyrityksistä 76 prosenttia arvioi, että paikallisten raaka-aineiden käyttö pysyy nykyisellä tasolla myös tulevaisuudessa. Noin neljännes vastaajista arvioi omasta maakun-

<sup>61</sup> Alatoimialoja ovat lihatuotteiden valmistus, kalan jalostus jne.

<sup>62</sup> Etenkin hedelmien ja kasvien jalostuksen sekä maitotaloustuotteiden, myllytuotteiden ja muiden elintarvikkeiden valmistuksen osalta paikallisten raaka-aineiden osuus voi olla huomattavasti suurempi, jos huomioidaan ainoastaan kyseisillä alatoimialoilla päätoimisesti toimivat yritykset. Vastaavasti hedelmien ja kasvien jalostuksen osalta ei käytettäisi ulkomaisia raaka-aineita, ja muiden elintarvikkeiden valmistamiseksi otettaisiin ulkomaisia raaka-aineita huomattavasti raportoitua vähemmän. Tällöin Pirkanmaan kaikkia elintarvikeyrityksiä kuvaavissa tuloksissa oman maakunnan osuus olisi raportoitua suurempi, ja myös kotimaisuusaste olisi hieman korkeampi. On kuitenkin syytä huomata, että näin toimittaessa alatoimialojen tulokset perustuisivat yleensä vain kahden tai kolmen yrityksen vastauksiin.

<sup>59</sup> Tiedot: Ruoka-Suomi, 2013

<sup>60</sup> Tiedot: Toimiala Online, 2013

nasta hankittavien raaka-aineiden osuuden kasvavan.

*”Käytämme vain kotimaista raaka-ainetta ja miehuummin omasta maakunnasta ja vain jos läheltä ei löydy, laajennamme hankintareviiriä muualle Suomeen”*

(Juumien valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Pirkanmaa)

*”Metsämarjojen vuosittaiset sadot vaihtelevat. Milloin maakunnastamme tietyn marjan saatavuus on heikko, hankimme sitä Suomen muista osista.”*

(Hedelmien, kasvien ja marjojen jalostaja, alle kymmenen työntekijää, Pirkanmaa)

Vastauksissa todettiin, että joitakin tuotannossa tarvittavia raaka-aineita ei tuoteta oman maakunnan alueella eikä välttämättä muuallakaan Suomessa. Osa käytettävistä raaka-aineista on tuotettu yrityksen läheisyydessä, mutta naapurimaakunnan puolella. Vastauksissa tuotiin esiin myös se näkökohta, että tukkuliikkeistä raaka-aineensa ostaville yrityksille voi olla hankalaa hahmottaa, missä suhteessa raaka-aineet ovat peräisin omasta maakunnasta, muualta Suomesta tai ulkomailta. Lisäksi vastauksissa kerrottiin, että laajamittaisessa tuotannossa raaka-aineet hankitaan käytännön syistä tukkuliikkeistä ja vaikka yrityksessä haluttaisiin suosia paikallisia alkutuottajia, tämä vaatisi huomattavasti enemmän resursseja kuin yrityksessä on nyt käytettävissä.

*”Oman maakunnan raaka-aineiden käyttö ei taloudellisesta näkökulmasta ole kannattavaa nykyisellään. Korkeampia raaka-ainekustannuksia ei pystytty riittävästi siirtämään tuotteiden ulosmyyntihintoihin. Ulkomaisten raaka-aineiden käyttö pyritään pitämään mahdollisimman vähäisenä. Kotimaisen vaihtoehdon puuttuessa, niitä joudutaan kuitenkin käyttämään.”*

(Leipomotuotteiden valmistaja, alle 50 työntekijää, Pirkanmaa)

Pirkanmaan elintarvikeyritykset myyvät lähes kaiken tuotantonsa Suomessa: oman maakunnan sisällä myydään 18 prosenttia ja muualle Suomeen 81 prosenttia. Vientielintarvikkeiden osuus on noin prosentti tuotannosta. Oman maakunnan osuus on suurin hedelmä- ja kasvisjalosteiden, muiden elintarvikkeiden ja kalatuotteiden kohdalla (kuvio 50). Viennin osuus on suurin mylly- ja tärkkelystuotteiden valmistuksessa.

Vastauksissa huomautettiin, että osa tuotannosta myydään naapurimaakunnan puolella. Eräs vastaaja totesi, että tuotteet myydään oman maakunnan alueella, mutta asiakaskunta koostuu pääasiassa naapurimaakunnan asukkaista. Niin ikään eräs vastaaja totesi, että tuotannon jakelu tapahtuu emoyhtiön kautta, joten vastaajalla ei ollut täsmällisiä tietoja tuotannon alueittaisesta jakautumisesta.

*”Pienten toimituserien rahtikustannukset syövät liiaksi katetta, joten keskittyminen markkinoimaan lähialueille on järkevämpää. Julkiselle sektorille ei pienet toimittajat juurikaan pääse.”*

(Hedelmien, kasvien ja marjojen jalostaja, alle kymmenen työntekijää, Pirkanmaa)

Suurin osa – 56 prosenttia – Pirkanmaan elintarvikeyritysten liikevaihdosta kertyy tukkumyynnin kautta. Ruokapalveluita tuottavien yritysten ja yhteisöjen osuus on 27 prosenttia, vähittäiskaupan 11 prosenttia ja suoramyynti kuusi prosenttia.

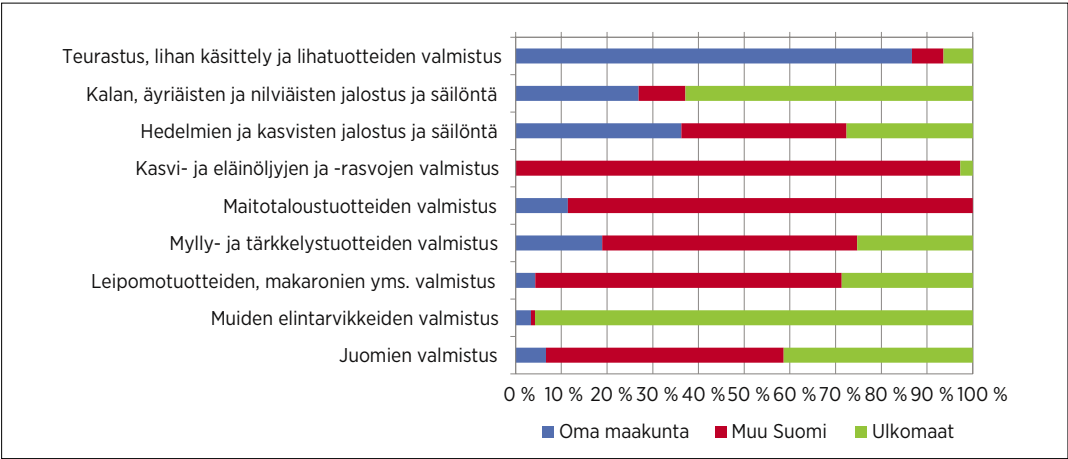
Luomutuotannon osuus Pirkanmaan elintarvikeyrityksissä on nykyisin noin kaksi prosenttia (kuvio 51). Osuuden arvioitiin kasvavan noin kolmeen prosenttiin vuoteen 2020 mennessä. Luomutuotannon osuus on etenkin tulevaisuuden arvion osalta koko maan keskimääräistä arviota vaatimattomampi. Toisaalta moni vastaaja kertoi toimivansa luomukriteerien mukaisella tavalla, mutta tuotteille ei ole haettu luomustatusta.

Vastaajat kuvasivat näkemyksiään luomutuotteiden kysynnän kehittämisestä seuraavasti:

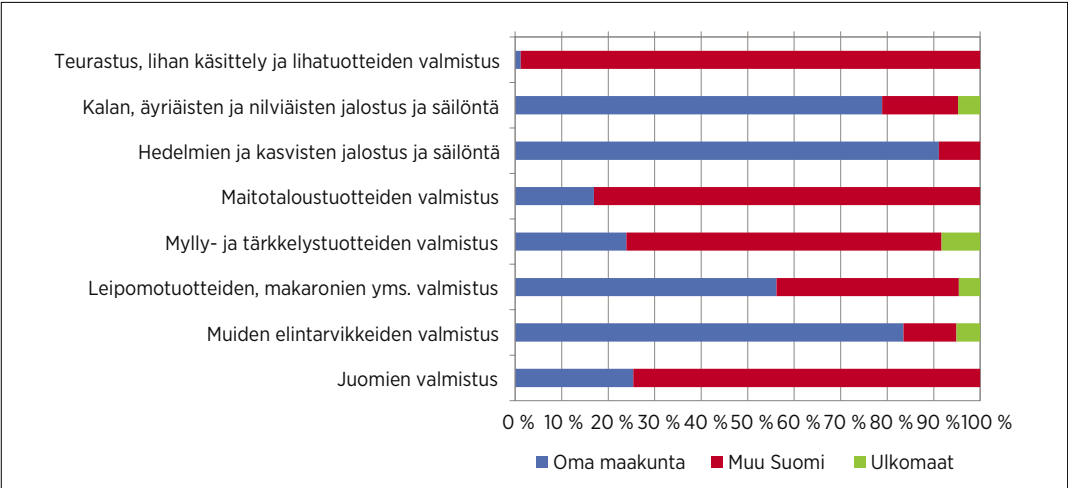
*”Luomua on meillä tällä hetkellä, 3 tuotetta on virallisesti luomumerkin alla. Luomu on kuitenkin ollut laskusuuntainen. Niin hyvin, kun se aikanaan lähtikin käyntiin. Mediassa annetaan niin ristiriitaista tietoa luomun eduista ja haitoista; vaikuttaa mahdollisesti kuluttajien käyttäytymiseen ja arvostuksiin luomua kohtaan. Harmi homma.”*

(Leipomotuotteiden valmistaja, alle 300 työntekijää, Pirkanmaa)

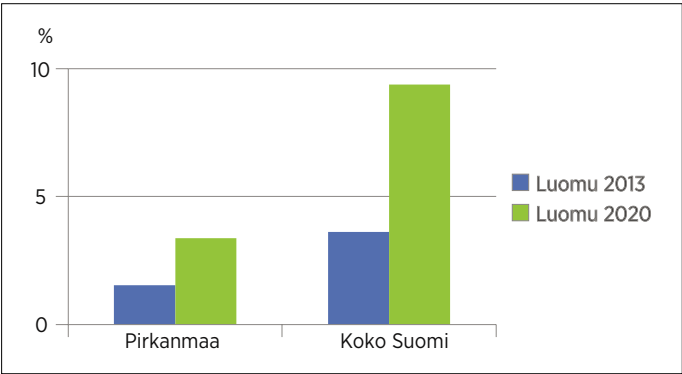
*”Kun ihmisille tehdään tutkimusta mitä ovat mieltä luomusta, kaikki sanoo että hyvä asia, mutta kun katsotaan kaupassa käynnin jälkeen ostoskärryn sisältöä, niin varmasti 89% näistä luomua kehuneista on ostanut jotain aivan muuta. Kyllä se vaan on hinta joka ohjaa pitkälti ihmisten kuluttajakäyttäytymistä. Helppo on sanoa että kotimaisuus, paikalli-*



Kuvio 49. Pirkanmaan elintarvikeyritysten raaka-aineostojen jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille.



Kuvio 50. Pirkanmaan elintarvikeyritysten myynnin jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille.



Kuvio 51. Pirkanmaan elintarvikeyritysten luomutuotannon osuus vuosina 2013 ja 2020.



*suus ja luomu ovat tärkeitä. -- Kyllä se vain menee että ihmiset monesti käyttäytyvät toisella tavalla kuin puhuvat. Luomusta on myös vaikea sanoa onko se vain hetkittäinen innostus, vaiko tuleeko pysymään jatkossakin tälläkään tasolla kuin nykyisin. Toiset ovat brändiuskollisia (esim. luomu, merkki), toiset hintauskollisia..."*

(Lihatuotteiden valmistaja, yli 500 työntekijää, Pirkanmaa)

*"Riippuu miten luomu tulee nostamaan päätään markkinoilla tulevaisuudessa. Henkilökohtaisesti uskon, että kuluttajat eivät vielä vuonna 2020 ole valmiita maksamaan luomusta riittävästi. Hintojen tulisi tulla alas. Jonka taas mahdollistaisi se, että luomutuotteista tulisi tosiaan kaiken tyyppisiä kuluttajia kiinnostava menekkijuttu."*

(Leipomotuotteiden valmistaja, alle 50 työntekijää, Pirkanmaa)

Lähes kaksi kolmesta (63 %) kyselyyn vastanneista Pirkanmaan elintarvikealan yrityksistä arvioi liikevaihtonsa kasvavan vuoteen 2020 mennessä. Vastaajista 24 prosenttia esitti arvionsa, että heidän liikevaihtonsa pysyy nykyisellä tasolla myös lähivuosina. Liikevaihdon pienenemistä ennusti puolestaan 13 prosenttia vastaajista. Useimmat liikevaihdon pienenemistä ennakoineet yritykset ovat sellaisia, joissa yrittäjä on jäämässä eläkkeelle tarkastelujakson aikana.

Useat vastaajista ennustivat 10–30 prosentin kasvua vuoteen 2020 mennessä. Suunnilleen yhtä moni vastaaja arvioi kuitenkin liikevaihdon moninkertaistuvan saman ajanjakson kuluessa. Kaksi liikevaihdon suurinta kyselyyn vastannutta yritystä ei esittänyt kasvuarviota, minkä vuoksi liikevaihdon keskimääräisestä kasvusta maakuntatasolla voidaan esittää ainoastaan arvioita. Jos näiden yritysten liikevaihto pysyy nykyisellä tasolla, koko maakunnan liikevaihdon kasvuprosentti on noin seitsemän prosenttia. Jos taas yritysten liikevaihto kasvaa vuosittain noin kaksi prosenttia, vuoteen 2020 mennessä alan liikevaihto kasvaa maakuntatasolla noin 20 prosenttia.

Liikevaihdon kasvua haetaan tuotannon kasvattamisella. Yleisesti vastauksista välittyi kuva, että Pirkanmaan yritykset ovat löytäneet hyvin oman paikkansa markkinoilla. Pari vastaajaa totesi, että tuotteille löytyisi huomattavasti enemmän kysyntää, mutta toiminnan kasvu määräytyy yrittäjän käytettävissä olevan ajan ja muiden resurssien rajoissa. Eräs vastaaja puolestaan kertoi, että lainsäädäntö rajoittaa liiketoiminnan kasvat-

tamista ja tuotteiden verotus vaikuttaa niin ikään toiminnan laajuuteen.

Lähiruoan kysynnän kehittymisestä vastauksissa tuotiin esiin seuraavanlaisia näkökohtia:

*"Lähiruoan erikoisliikkeet ovat nyt vaikeuksissa, yritykseni myynti ei ole kasvanut toivotusti. Uskon kuitenkin varovaiseen kasvuun."*

(Hedelmien, kasvisten ja marjojen jalostaja, alle kymmenen työntekijää, Pirkanmaa)

*"Lähiruoka puumin myötä kysyntä tuotteillemme on kasvanut ja kasvaa. Kotimaisten metsämarjojen terveysvaikutukset on saatu suuremman asiakaskunnan tietoisuuteen. Myös nuorten into puhtaaseen kotimaiseen ruokaan on ja tulee olemaan kasvussa."*

(Hedelmien, kasvisten ja marjojen jalostaja, alle kymmenen työntekijää, Pirkanmaa)

Eräs yrityksensä tulevaisuutta pohtiva yrittäjä kuvasi näkemyksiään elintarvikealan byrokratiasta seuraavasti:

*"Aikamoiseksi pykäläviidakoksi ja byrokratiaksi vaan mennyt! 30v olen tätä hommaa itse katsellut, ja kylläpä vaan varsinkin viimeiset 10v ollaan menty aina vain huonompaan suuntaan. EU vaatii kaiken niin pilkun tarkasti ja muutoksia tulee joka kuukausi. Ratkaisut ovat pienten yritysten kannalta kalliita ja työtä vaativat. Alan työvoimakustannukset ovat kalliita ja eläkemaksut ym. kulut senkus nousee, ja palkat eivät silti ole mitenkään huikeita!"*

(Leipomotuotteiden valmistaja, alle 20 työntekijää, Pirkanmaa)

Kuvatessaan muutostrendejä, jotka vaikuttavat merkittävimmin vastaajien liiketoimintaan vuoteen 2020 mennessä, Pirkanmaan elintarvikeyritykset keskittyivät kuluttajakäyttäytymisessä tapahtuviin muutoksiin. Lähiruoan suosion kasvu mainittiin vastauksissa useimmin lähivuosien muutostrendinä. Useita mainintoja sai myös kotimaisuuden arvostuksen vahvistuminen. Vastauksissa kerrottiin, että yhä useampi kuluttaja noudattaa jonkinlaista erikoisruokavaliota. Vastaajat näkivät, että asiakkaat suosivat lisäaineettomia, terveellisiä ja puhtaita elintarvikkeita sekä erikoistuotteita. Osa vastaajista arvioi luomutuotteiden kysynnän kasvavan, osa oli ennemminkin odottavalla kannalla. Yhtäältä vastauksissa todettiin perinneruokien kysynnän hiipuvan, toisaalta korostettiin juuri perinteisen lähiruoan kysynnän

kasvua. Vastauksissa pohdittiin myös valmisruokien kysynnän kehittymistä ja kuluttajien kasvavaa kiinnostusta tehdä ruokaa itse kotona. Moni vastaaja odottaa myös uusien, nopeiden ruokarendien ilmenemistä. Vastauksissa ennustettiin, että ruokaskandaaleita paljastuu jatkossakin. Asiakkaat ovat yhä kiinnostuneempia ruoan alkupe-  
räästä ja edellyttävät läpinäkyvää tuotantoketjua. Vastauksissa myös todettiin, että asiakkaat ovat kiinnostuneita tuotteiden hiilijalanjäljestä.

Vastaajista moni kertoi laajentavansa tuotevalikoimaansa ja hakevansa uusia asiakasryhmiä, ja nämä kehittämistoimenpiteet vaikuttavat merkittävimmin yrityksen toimintaan. Niin ikään yrittäjän eläkkeelle jääminen ja omistajan vaihtuminen aiheuttavat merkittäviä muutoksia. Vastaajat miettivät myös raaka-aineiden hintakehitystä ja uusien myyntikanavien käyttöönottoa. Monissa vastauksissa huomio kiinnittyi toimintaympäristön muutoksiin, etenkin kansainvälisen ja kotimaisen kilpailun kiristymiseen ja lainsäädännön muutoksiin. Yleinen taloustilanne ja asiakkaiden maksuvalmius, palkkakustannusten kohoaminen ja petokannan kehittyminen huolestuttivat vastaajia. Vastauksissa pohdittiin myös median merkitystä ja yritysten välisen yhteistyön vaikutuksia yritystoimintaan tulevina vuosina.

*”Tuonti ulkomailta, isojen leipomojen mahdolliset laajentamiset ja leivän tuominen tännekin jolloin paikallisilta leipomoilta ei välttämättä*

*enää osteta. Erilaiset terveys- ja laihdutusrendit.”*

(Leipomotuotteiden valmistaja, alle 20 työntekijää, Pirkanmaa)

*”Ei niinkään trendit, vaan omat ideani, joita on jo toteutumassa. Euroopan laajuiset ruokaskandaalit voivat lisätä lähiruuan suosiota. Yleinen taloustilanne: onko kuluttajilla varaa maksaa lähiruusta, joka tulee olemaan aina kalliimpaa kuin halpamerkit.”*

(Hedelmien, kasvien ja marjojen jalostaja, alle kymmenen työntekijää, Pirkanmaa)

Yhteiskuntavastuukysymykset ovat tärkeitä Pirkanmaan elintarvikealan yrityksille. Kuten eräs pirkanmaalainen lihatuotteiden valmistaja totesi, vastuullisuuteen liittyviä aiheita valvotaan monin tavoin ja seurataan mediassa, joten ”puheiden ja tekojen tulee kohdata”.

Ympäristövastuu koetaan erittäin tärkeäksi 43 prosentissa ja melko tärkeäksi 32 prosentissa kyselyyn osallistuneista yrityksistä. Ympäristökysymykset ovat tärkeitä 17 prosentille vastaajista. Neljä prosenttia vastaajista kertoi ympäristövastuun olevan heille vain vähän tärkeä aihe, neljälle prosentille nämä aiheet eivät ole ollenkaan tärkeitä.

Käytännön toiminnassa ympäristövastuun kantaminen näkyy monin tavoin. Pirkanmaalla vastaajat korostivat jätteiden asianmukaista käsittelyä, lajittelua ja kierrättämistä. Pari yritystä



Ammattikeittiöt ovat kiinnostuneita lisäämään luomua ja lähiruokaa tarjonnassaan. (Kuva: EkoCentria/Tero Takalo-Eskola)

kertoi hyödyntävänsä itse tuotantoprosessin jätettä muussa toiminnassaan. Toinen vastauksista ilmenevä painopiste on energiankulutuksessa: yritykset pyrkivät vähentämään energiankulutustaan ja valitsevat ympäristön kannalta vastuullisia energiaratkaisuja. Monissa yrityksissä kiinnitetään huomiota logistiikan ympäristövaikutuksiin, valitaan vähemmän kuormittavia pakkauksia, käytetään puhtaita ja mahdollisimman lähellä tuotettuja raaka-aineita sekä kehitetään tuotantoprosesseja. Korkealaatuiset ja puhtaat tuotteet, luomutuotanto, raaka-aineiden tehokas käyttäminen ja vastuulliset ratkaisut esimerkiksi tuotantotilojen rakentamisessa nimettiin myös hyväksi vastuunkantamisen keinoiksi. Vastauksissa todettiin, että yritykset kantavat vastuunsa ympäristöstään noudattamalla lainsäädäntöä. Monet vastaajat kuvasivat, että ympäristövastuu näkyy kaikessa toiminnassa. Lisäksi useat vastaajat kertoivat välittävänsä tietoa – myös kansainvälisesti – toimintatavoista, joilla voi kantaa vastuutaan ympäristöstään.

*”Sekä pakkaustarvikkeiden valmistus että suunnittelu tapahtuu lähialueella. Myös tuotteet menevät niin paljon kuin mahd. lähialueelle. Täten yrityksen tuotteiden hiilijalanjälki jää mahdollisimman lyhyeksi. Lisäksi pystymme työllistämään paikallisia alan yrityksiä.”*  
(Muiden elintarvikkeiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Pirkanmaa)

*”Jätteiden kierrätys, kuljetusten optimointi, kotimaisten raaka-aineiden maksimaalinen käyttö sekä ympäristöystävällisempien energialähteiden käyttö.”*  
(Leipomotuotteiden valmistaja, alle 50 työntekijää, Pirkanmaa)

*”Edellä mainittu hanke vajaan käytettyjen kalalajien tehokkaampaa hyödyntämistä koskien. Tällä mm. vesistöä puhdistava vaikutus. Ja kun pyydetään kalaa lähistöltä, vältetään myös kuljetuskustannuksilta ja hiilijalanjälki lyhenee.”*  
(Kalanjalostaja, alle 10 työntekijää, Pirkanmaa)

Pirkanmaan elintarvikealan yritykset kantavat myös vastuuta paikallisyhteisöstään. Nämä aiheet koetaan erittäin tärkeiksi 45 prosentissa, melko tärkeiksi 26 prosentissa ja tärkeiksi 21 prosentissa vastanneista yrityksistä. Muut vastaajat kokivat vastuun paikallisyhteisöstä vain vähän tärkeäksi (4 % vastaajista) tai ei ollenkaan tärkeäksi (4 % vastaajista).

Selvitetessä käytännön tapoja kantaa vastuuta paikallisyhteisöstä Pirkanmaan elintarvikeyritykset korostivat yritysten välisten verkostojen merkitystä sekä alueen alkutuottajien, palvelujen tarjoajien (kuten logistiikka-alan yritysten) ja asukkaiden työllistämistä. Moni vastaajista on suunnitellut toimintatapansa sellaisiksi, ettei niistä aiheudu haittaa tai häiriötä alueen asukkaille. Useat yritykset tukevat paikallisia yhdistyksiä ja seuroja. Eräs vastaaja puolestaan totesi, että yritystään ja tuotteitaan markkinoidessaan hän edustaa myös paikallisyhteisöään.

*”Alueen toimijoiden ja asukkaiden työllistäminen, nuorison urheilutoiminnan tukeminen ym. alueen kehittämiseen pyrkiminen.”*  
(Leipomotuotteiden valmistaja, alle 20 työntekijää, Pirkanmaa)

*”Sopimusveljelijöitä pyritään työllistämään ottamalla heiltä alkutuotannon raaka-aineet, ja maksamalla heille myös kohtuullinen hinta, että heidän toimintansa pysyy yllä ja on kannattavaa.”*  
(Myllytuotteiden valmistaja, alle 20 työntekijää, Pirkanmaa)

*”Omalta osaltamme markkinoimme jokaisen tuotteemme myötä kotipitäjää. Meidän asiakkaista aika moni jättää muillekin kylän yrittäjille roponsa.”*  
(Hedelmien, kasvien ja marjojen jalostaja, alle kymmenen työntekijää, Pirkanmaa)

Eräs vastaaja kertoi työllistävänsä mielellään paikallisia asukkaita, mutta hän muistutti työllistämispäätöksen riippuvan ensisijaisesti työntekijän osaamisesta. Toinen vastaaja puolestaan harmittelee naapurikateutta, jonka vuoksi hänen mukaansa on menetetty hyviä mahdollisuuksia kehittää alueen elinkeinoelämää ja luoda uusia työpaikkoja.

Julkisen sektorin tarjouspyyntöön on vastannut 39 prosenttia kyselyyn osallistuneista Pirkanmaan elintarvikealan yrityksistä. Yksi näistä vastauksista on annettu yhteistyössä muiden yritysten kanssa, loput vastaukset on annettu itsenäisesti. Pirkanmaan elintarvikeyrityksistä 61 prosenttia ei siis ole osallistunut julkisen sektorin tarjouskilpailuun. Yritykset eivät olleet vastanneet tarjouspyyntöihin, koska niiden kapasiteetti ei riittä vaadittuihin toimituksiin, tuotteista ei ole tehty tarjouspyyntöä tai ne ovat löytäneet tuotteilleen riittävästi kysyntää muualta. Vastauksissa kiinnitettiin huomiota vastaamisen edellyttämän paperityön määrään, mahdollisiin sanktioihin ja

toiminnan hankaloitumiseen. Vastauksissa tuotiin esiin myös omia kokemuksia sekä esitettiin kehittämiskohteita.

*"Julkisen sektorin organisaatioille toimittaminen vaatisi valtavia määriä, ja kilpailutuksessa yleensä painetaan hinnat todella alas."*  
(Leipomotuotteiden valmistaja, alle 50 työntekijää, Pirkanmaa)

*"Meillä olisi kyllä resurssit toisen leipomon kanssa toimittaa kouluihin ja päiväkoteihin kaikki pullat ja leivät mitä tarvitsevat. Mielenkiintoista touhua vain, että ottavat sitten isojen keskusruokajakelujärjestelmien kautta. Luulisi että kunta etusijassa tukisi paikallisten yritysten toimintaa. Myös hiihtalanjälki lyhenisi huomattavasti!"*  
(Leipomotuotteiden valmistaja, alle 20 työntekijää, Pirkanmaa)

*"Ei ole mahdollisuuksia lähteä viemään esim. kuormaa pienestä leipomosta säännöllisesti 100km päähän toiselle puolelle hankintarengastaan kattamaa aluetta. Pitäisi sitten tehdä yhteistyötä toisten pienten leipomoiden kanssa, että he toimittaisivat omalle alueelleen ja me omalle. Ennen oli paremmin mahdollisuuksia tehdä tarjouksia myös itsenäisesti, kun hankintayksiköt olivat pienempiä."*  
(Leipomotuotteiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Pirkanmaa)

*"En oikein ymmärrä, että kun on paikallisia tuottajia (meidän lisäksi myös esim. paikalliset perunantuottajat), jotka pystyvät tarjoamaan laadukkaampaa tavaraa kuin ulkomaiset samaan hintaan, tai ehkä 3snt/kg kalliimmalla, niin miksi sitten pitää ottaa liha Brasiliasta asti vakumipakattuna? -- Kun katsotaan hintaa 320 grammalta niin 3,5 euroa ei kuulosta pahalta...tai kilohinta 12e. Mutta kun katsotaan tuoteselostetta: lihan määrä koko tuotteessa on 15%. Sillonhan sille todelliselle lihalle siinä tuotteessa tulee kilohimmaksi n. 80e. Siinä vaiheessa alkaa jo kuulostamaan aika pahalle. -- Kyllä vaan kun mietitään, että otetaan se 320g oman paikkakunnan tuottajalta, ja voidaan olla varmoja, että lihan prosenttiosuus on tuotteessa paljon korkeampi."*  
(Lihat tuotteiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Pirkanmaa)

*"Olin viime viikolla lähiruoka -päivillä Italiassa. Siellä on kyllä aivan toisella tasolla*

*tämä yhteistyö paikallisten toimijoiden välillä, kun täällä. Esim. paikalliset yrittäjät olivat ihan suurissakin määrin (olikohan 1,6 milj. toimijaa) niin tehneet yhteistyötä tuotteiden myymiseksi. Alueella toimi tyyliin 10 toria viikossa, jotka kaupittelivat tuotteitaan. Ja jos jostakin ei löytynyt jotakin, osattiin heti kertoa ja myös kerrottiin mistä ko. tuotteen voisi löytää. -- Tuolla meidät kutsuttiin mm. tutustumaan maailman 100 parhaan viinin tuottajan tilaan tuosta vaan, kun torilla kysyttiin olisiko mahdollista päästä katsomaan. Ja samoin pääsimme tutustumaan myös lihatuotantoon, juustoloihin jne. Tämmöistä avokätsiäytystä ja yhteistyötä pitäisi saada aikaan myös Suomessa."*

(Muiden elintarvikkeiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Pirkanmaa)

### 3.10.3 HANKINTARENKAILLE JA -YKSIKÖILLE LÄHETETYN KYSELYN TULOKSIA

Pirkanmaalta kuusi hankintarengasta ja -yksiköä vastasi elintarvikehankintoja käsittelevään kyselyyn.<sup>63</sup> Vastausten perusteella elintarvikehankinnoista kymmenen prosenttia ostetaan omasta maakunnasta (kuvio 53). Euromääräisesti tämä merkitsee sitä, että vastaajat ostavat julkiskeittiosektorille lähiruokaa vuosittain hieman alle kahden miljoonan euron verran. Yksi hankinnoiltaan suhteellisen suuri vastaaja on ilmoittanut, missä suhteessa hankinnat tehdään Suomesta tai ulkomailta – se ei siis ole tuoteryhmittäin ottanut kantaa siihen, mikä osuus kotimaisista tuotteista on lähiruokaa. Myös kyseinen vastaaja ostaa elintarvikkeita omasta maakunnasta, joten todellinen lähiruoan osuus hankinnoista on todennäköisesti raportoitua suurempi, jopa lähes 20 prosenttia<sup>64</sup>. Vastausten perusteella muualta Suomesta ostetaan 58 prosenttia ja ulkomailta 32 prosenttia elintarvikehankinnoista. Merkittävimpiä omasta maakunnasta ostettavia tuotteita ovat leipomotuotteet, peruna ja lihatuotteet. Sesongin mukaan myös kasvikset ja marjat ovat tärkeitä läheltä ostettavia tuoteryhmiä. Vastauksissa huomautettiin, että hankittavien elintarvikkeiden raaka-aine on voitu

<sup>63</sup> Yksi vastauksista oli toimialatietojen osalta puutteellinen eikä sitä sen vuoksi voitu huomioida laskettaessa toimialakohtaisia (esim. lihatuotteet, kalatuotteet) tuloksia. Kyseisen vastaajan hankintojen määrä on kuitenkin suhteellisen pieni muihin vastaajiin verrattuna, joten sen vaikutus maakunnan keskimääräisiin tuloksiin olisi ollut vähäinen.

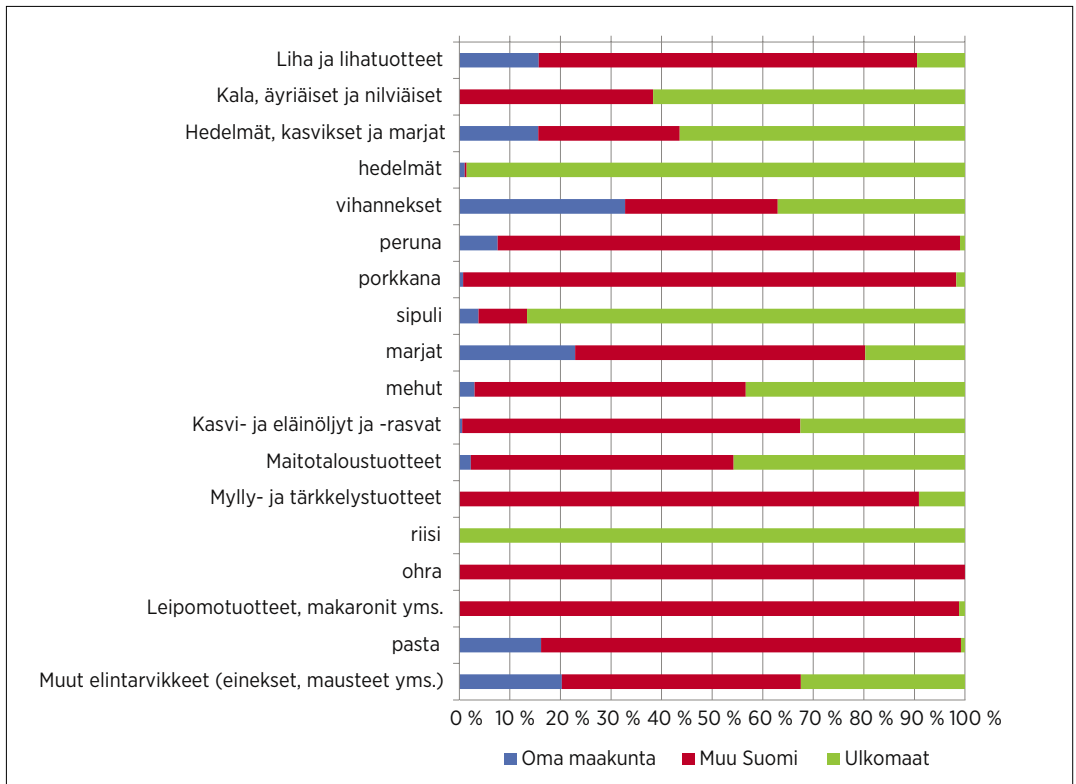
<sup>64</sup> Tulevaisuuden vaikutuslaskelmissa on käytetty oman maakunnan osuutena vastauksissa ilmoitettua kymmentä prosenttia.

tuottaa naapurimaakunnissa, mutta ostettu tuote on jalostettu Pirkanmaalla.

Omasta maakunnasta hankittavien elintarvikkeiden osuuden arvioitiin kohoavan 28 prosenttiin vuoteen 2020 mennessä. Arvioiden mukaan muualta Suomesta ostetaan tulevaisuudessa 37 prosenttia ja ulkomailta 35 prosenttia elintarvikehankinnoista. Pirkanmaalla arvioitiin lähiruoan osuuden kasvavan voimakkaammin kuin koko maassa keskimäärin. Kotimaisuusaste on Pirkanmaalla maan keskimääräistä arviota pienempi sekä nyt että arvioiden mukaan myös tulevaisuudessa.

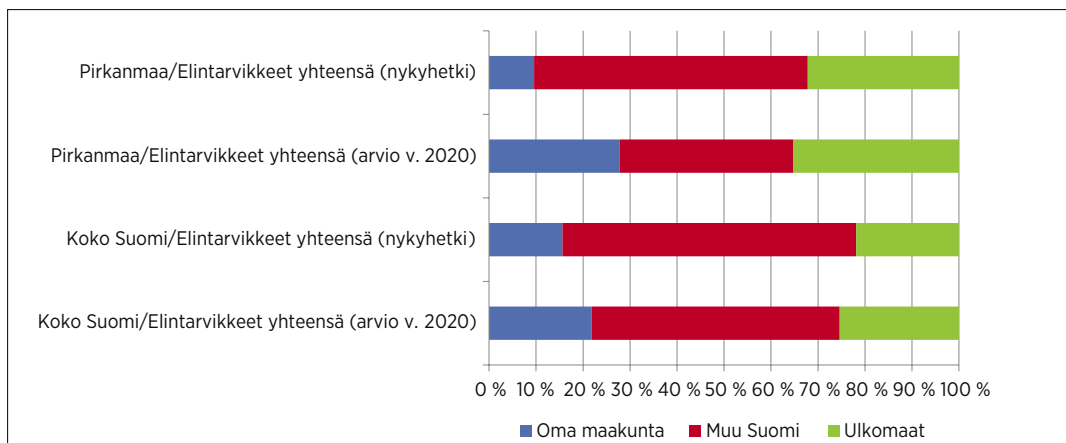
Luomutuotteiden osuus Pirkanmaan elintarvikehankinnoista on tällä hetkellä noin 5,5 prosenttia (kuvio 54). Osuuden arvioidaan kasvavan yli kymmeneen prosenttiin vuoteen 2020 mennessä. Nykyinen luomuosuus on hieman suurempi kuin Suomessa keskimäärin, mutta osuuden arvioitu kasvu on hieman vähäisempää kuin maassa on keskimäärin arvioitu. Vastausten perusteella luomutuotteita haluttaisiin ostaa enemmänkin, mutta hankintayksiköiden käytettävissä olevat varat rajoittavat luomun osuuden kasvattamista.

Vastaajat toivat esiin monia muutostrendejä, jotka vaikuttavat elintarvikehankintoihin vuoteen 2020 mennessä. Lähiruoan ja luomuelintarvikkeiden aseman arvioidaan vahvistuvan. Tieto raaka-aineiden alkuperästä ja ruoan turvallisuus ovat tulevaisuudessa yhä tärkeämpiä kysymyksiä. Hankintaprosessien arvioidaan myös kehittyvän: hankintoja tehdään koko Suomen alueelle, tarjouspyyntöihin liittyviä prosesseja kehitetään ja tuoteryhmäkohtaisia osatarjouksia pilkotaan. Vastauksissa arvioitiin kilpailutuksen kiristyvän ja joidenkin toimijoiden saavuttavan huomattavan aseman. Elintarvikkeiden hintojen arvioitiin nousevan. Vastauksissa todettiin, että maailmantaloudessa tapahtuvat muutokset vaikuttavat paikalliselle tasolle saakka. Elintarvikkeiden hankintapäätöksiä tehdään tulevaisuudessa yhä globaalimmissa toimintaympäristössä. Vastauksissa kiinnitettiin huomiota siihen, että pienten ja keskisuurten elintarvikealan yritysten ja alkutuottajien on kehitettävä toimintaansa ympäristön muutosten mukaisesti. Tuotantoprosessien, logistiikan, sähköisen viestinnän, asiakaslähtöisen

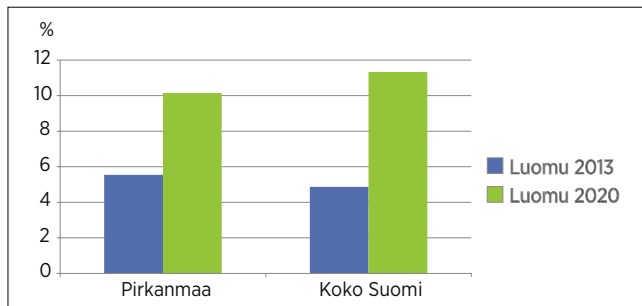


**Kuvio 52.** Pirkanmaan hankintarenkaiden ja -yksiköiden hankintojen jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille.<sup>65</sup>

<sup>65</sup> Vastaajat ilmoittivat, että heidän hankinnoissaan ei ole mainittavasti tuotteita, jotka kuuluvat toimialaan alkoholipitoiset juomat sekä virvoitusjuomat.



**Kuvio 53.** Pirkanmaan hankintarenkaiden ja -yksiköiden hankintojen jakautuminen eri alueille vuosina 2013 ja 2020.



**Kuvio 54.**

Pirkanmaan hankintarenkaiden ja -yksiköiden luomuhankintojen osuus vuosina 2013 ja 2020.

toimintatavan ja yhteistyöverkostojen kehittäminen on tärkeää, jotta pienemmät toimijat pysyvät elinvoimaisina globaalissa kilpailuympäristössä.

Kaikki kyselyyn vastanneet pirkanmaalaiset hankintayksiköt osallistuvat suunnittelukokouksiin ruokapalveluvastaavien kanssa, ja useimmat tekevät yhteistyötä elintarvikealan yritysten kanssa. Suurin osa järjestää yhteisiä kokouksia molempien edellä mainittujen tahojen kanssa. Niin ikään useimmat vastaajista suunnittelevat hankintojaan yhdessä tukkuliikkeiden kanssa. Vastaajat tekevät yhteistyötä alan toimijoiden kanssa myös erilaisten hankkeiden ja koulutusten kautta.

Vastaajat nimesivät monipuolisesti keinoja, joilla lähiruoan käyttöä julkisektoreilla voidaan parhaiten edistää. Julkisektoreiden tarpeisiin sopivat tuotteet, toimitusmäärät ja logistiset ratkaisut, yritysten välinen yhteistyö sekä kilpailukykyiset hinnat ovat tärkeitä tekijöitä, jotka vaikuttavat hankintarenkaiden mahdollisuuksiin käyttää paikallisia tuotteita. Vastauksissa ehdotettiin myös lähiruokatukujen kehittämistä. Vastauksista nousee esiin myös se, miten monin tavoin julkisektori voi välittää asiakkailleen lähiruoan merkitystä.

*”Lähiraaka-aineiden hankinta kunnissa on erittäin haasteellista. Hankintalaki hallitsee kilpailutusta ja ostoja. Useat eri toimittajat ja tuottajat kuormittavat tilausten tekijöitä enemmän kuin keskitetyt ostot. Hinta nousee useasti liian korkeaksi verrattuna määrärahoihin.”*

(Hankintayksikkö, Pirkanmaa)

*”Olemme kehittäneet päivähoitoikäisten kanssa hedelmien ja kasvien sellaista makuun ja tunnistamiseen liittyvää yhteistyötä teemaviikon muodossa.”*

(Hankintayksikkö, Pirkanmaa)

### 3.10.4 MAATALOUDEN JA ELINTARVIKE TEOLLISUUDEN ALUETALOUDELLISET VAIKUTUKSET

#### 3.10.4.1 Nykytilanteen vaikutukset

Pirkanmaalla elintarviketeollisuudella on suurempi vaikutus maakunnan talouteen kuin maataloudella. Maatalouden vaikutus Pirkanmaan BKT:hen on noin 2,7 prosenttiyksikköä eli noin 430 mil-

joonaa euroa. Elintarviketeollisuuden vaikutus Pirkanmaan BKT:hen on puolestaan noin 4,8 prosenttiyksikköä eli lähes 790 miljoonaa euroa. Sekä maatalous että elintarviketeollisuus työllistävät Pirkanmaan työllisistä reilun 3 prosenttiyksikköä, mikä tarkoittaa lähemmäs 7 000 henkilötyövuotta, kun kerroinvaikutukset otetaan huomioon.

Elintarviketeollisuuden alatoimialoista muiden elintarvikkeiden valmistuksella on suurin vaikutus Pirkanmaan talouteen ja työllisyyteen, noin 320 miljoonaa euroa ja noin 2 660 henkilötyövuotta. Yli sadan miljoonan vaikutus aluetalouteen on myös leipomotuotteiden valmistuksella ja lihanjalostuksella, jotka myös työllistävät yli 1 000 henkilötyövuotta.

Maatalouden työllisyyskerroin on Pirkanmaalla 1,2. Tämä tarkoittaa, että yksi maatalouden työntekijä työllistää kerroinvaikutusten kautta 0,2 muuta työpaikkaa. Vastaavasti elintarviketeollisuuden kerroinvaikutus on 2,1 eli yksi elintarviketyöntekijä työllistää 1,1 muuta: 0,7 muuhun ruoka-keijuun ja 0,4 muille aluetalouden toimialoille.

### 3.10.4.2 Tulevaisuuden vaikutukset

Pirkanmaalta kyselyyn vastanneet hankintarenkaat ilmoittivat hankkivansa tällä hetkellä 10 prosenttia elintarvikkeista omasta maakunnasta. Ne arvioivat, että vuonna 2020 oman maakunnan hankintojen osuus olisi noin 28 prosenttia eli lähituotteiden hankinnassa olisi odotettavissa melko suurta kasvua. Tällä hetkellä hankintarenkaiden elintarvikkeiden kokonaishankintojen arvo oli lähes 20 miljoonaa euroa, joista oman maakunnan

hankintoihin käytettiin siis lähes kaksi miljoonaa euroa. Tulevaisuudessa oman maakunnan elintarvikehankintojen arvo nousisi noin 5,4 miljoonaan euroon. Muutos oman maakunnan tuotteisiin käytetyssä rahamäärässä olisi siis yli 3,5 miljoonaa euroa.

Jos Pirkanmaan hankintarenkaat käyttäisivät arvioimansa 3,5 euroa lisää oman maakunnan elintarvikehankintoihin, vaikuttaisi se alueen työllisyyteen 190 henkilötyövuotta. Näin ollen sataatuhatta euroa kohden, joka käytetään paikallisten elintarvikkeiden ostoon, vaikutetaan maakunnan työllisyyteen 5,3 henkilötyövuoden verran, kun otetaan huomioon myös kerroinvaikutukset. Työllisyysvaikutusten lisäksi paikallisten elintarvikkeiden käyttö julkisissa keittiöissä vaikuttaa myös alueen talouteen. Pirkanmaan osalta vaikutus bruttokansantuotteeseen olisi 13,3 miljoonaa euroa, jos julkisia elintarvikehankintoja kohdistettaisiin omaan maakuntaan lisää arvioidut 3,5 miljoonaa euroa.

**Taulukko 31.** Tulevaisuuden (v. 2020) vaikutukset Pirkanmaan työllisyydelle ja taloudelle nykytilanteeseen nähden.

	Paikallisten tuotteiden käytön vaikutukset
Vaikutus työllisyyteen (htv)	186,7
Vaikutus työllisyyteen (htv) / 100 000 €	5,3
Vaikutus BKT:hen (milj. €)	13,3

**Taulukko 30.** Maatalouden ja elintarviketeollisuuden vaikutukset Pirkanmaalla.

Toimiala	BKT (%-yksikköä)	BKT (milj. euroa)	Työllisyys (%-yksikköä)	Työllisyys (htv)
<b>MAATALOUS</b>	<b>2,66</b>	<b>432,75</b>	<b>3,40</b>	<b>7580</b>
Lihanjalostus ja teurastus	0,86	139,16	0,67	1487
Kalanjalostus	0,04	5,90	0,02	40
Hedelmien, marjojen ja vihannesten jalostus	0,00	0,28	0,00	7
Rasvojen ja öljyjen valmistus	0,00	0,05	0,00	2
Maitotuotteiden valmistus	0,43	69,37	0,34	766
Myllytuotteiden valmistus	0,36	59,03	0,16	363
Leipomotuotteiden valmistus	1,12	181,95	0,69	1528
Muu elintarvikkeiden valmistus	1,98	321,96	1,19	2658
Eläinten ruokien valmistus	0,00	0,52	0,00	10
Juomien valmistus	0,04	7,18	0,02	51
<b>ELINTARVIKETEOLLISUUS YHTEENSÄ</b>	<b>4,83</b>	<b>785,40</b>	<b>3,10</b>	<b>6910</b>



## 3.11 POHJANMAA

### 3.11.1 MAATALOUS JA ELINTARVIKE- TEOLLISUUS POHJANMAALLA

Pohjanmaan maakunta kattaa Suomen länsirannikon Selkämeren ja Merenkurkun kohdalla. Maakunnan asukasluku oli vuoden 2012 lopussa 179 663 asukasta. Koko maan väestöstä maakunnassa asuu 3,3 prosenttia. Meren läheisyys vaikuttaa rannikolla lämmittäen talvella ja viilentäen kesällä alueen ilmastoa. Pohjanmaan luonnonolot vaihtelevat metsistä ja peltolakeuksista merelliseen rannikkoluontoon ja jääkauden muovaamaan saaristoon. Maankohoaminen vaikuttaa rannikon maisemaan hiljalleen. (Ilmatieteen laitos, 2013; Pohjanmaan liitto, 2013).

Maakunnan alueella on vuoden 2010 tietojen mukaan 4 464 maatalous- ja puutarha-alan yritystä (Matilda Tilastolaari, 2013). Kasvinviljely ja kotieläintalous työllistivät maakunnassa 3 987 henkilöä vuonna 2012. Toimipaikkoja oli 3 989. Suurin työllistäjä oli kotieläintalous (1 442 henkilöä). Toiseksi eniten työllisti yksivuotisten kasvien viljely (1 288 henkilöä). Kolmanneksi tärkein tuotantohaara oli yhdistetty kasvinviljely ja kotieläintalous (1 116 henkilöä). Muita merkittäviä työllistäjiä ovat vihannesten viljely kasvihuoneessa (474 henkilöä) sekä kalastus ja vesiviljely (70 henkilöä). Alkutuoannon liikevaihto oli 44,9 miljoonaa euroa vuonna 2011. (Toimiala Online, 2013).

Elintarvikkeiden ja juomien valmistus työllisti 1 355 henkilöä vuonna 2012. Suurimpia työllistäjiä olivat lihatuotteiden jalostus (699 henkilöä), leipomotuotteiden valmistus (231 henkilöä) ja eläinten

ruokien valmistus (140 henkilöä). Eläinten ruokien valmistuksesta valtaosa on turkiseläinten rehun tuotantoa. Elintarvikkeiden ja juomien valmistuksen liikevaihto oli noin 366 miljoonaa euroa. Suurin liikevaihto oli lihanjalostuksessa, noin 181 miljoonaa euroa. Seuraavaksi suurin liikevaihto oli eläinten ruokien valmistuksessa, noin 78 miljoonaa euroa. Tämä on noin 17 prosenttia koko maan liikevaihdosta. (Toimiala Online, 2013).

**Taulukko 32.** Pohjanmaan elintarvikealan toimipaikat.

Toimiala	Yritykset 2013 (kpl) <sup>66</sup>	Yritykset 2012 (kpl) <sup>67</sup>
Teurastus, lihan käsittely ja lihatuotteiden valmistus	19	13
Kalan, äyriäisten ja nilviäisten jalostus ja säilöntä	39	14
Hedelmien ja kasvien jalostus ja säilöntä	35	14
Maitotaloustuotteiden valmistus	3	5
Mylly- ja tärkkelystuotteiden valmistus	7	2
Leipomotuotteiden, makaronien yms. valmistus	46	41
Muiden elintarvikkeiden valmistus	10	25
Juomien valmistus	1	2
<b>Yhteensä</b>	<b>160</b>	<b>116</b>

<sup>66</sup> Tiedot: Ruoka-Suomi, 2013

<sup>67</sup> Tiedot: Toimiala Online, 2013



Kalastusta Vaasan saaristossa. (Kuva: Jari Viitaharju)



### 3.11.2 YRITYSKYSELYN TULOKSIA

Pohjanmaalta yrityskyselyyn vastasi yhteensä 39 yritystä. Eniten vastauksia (11 kappaletta) saatiin leipomotuotteiden valmistajilta. Kasvi- ja eläinöljyjen ja -rasvojen valmistajilta ja juomien valmistajilta ei saatu lainkaan vastauksia. Kyselyyn vastasi yksi mylly- ja tärkkelystuotteita valmistava yritys.<sup>68</sup> Loput kyselyyn osallistuneet yritykset jakautuivat melko tasaisesti muille alatoimialoille.

Pohjanmaan elintarvikeyritykset ostavat omasta maakunnasta 30 prosenttia raaka-ainehankinnoistaan. Hedelmien ja kasvien jalostajat sekä lihatuotteiden, muiden elintarvikkeiden ja myllytuotteiden valmistajat ostavat yli 90 prosenttia käyttämistään raaka-aineista omasta maakunnasta (kuvio 55). Muualta Suomesta ostetaan 49 prosenttia raaka-aineista. Muualta Suomesta ostettavien raaka-aineiden osuus on huomattava maito- ja leipomotuotteiden valmistajilla. Tuontiraaka-aineiden osuus Pohjanmaan elintarvikeyrityksissä on 21 prosenttia. Valtaosa ulkomaisista raaka-aineista käytetään eläinten ruokien valmistuksessa.

Pohjanmaan elintarvikeyritykset käyttävät tulevaisuudessa paikallisia raaka-aineita suunnitteen yhtä paljon kuin nykyisin. Vastaajista 91 prosenttia arvioi oman maakunnan osuuden pysyvän nykyisellä tasolla. Kaksi vastaajaa (6 % vastaajista) arvioi osuuden kasvavan. Yksi vastaaja (3 % vastaajista) puolestaan ennakoii nykyistä pienempää osuutta johtuen kalakantojen pienemisestä.

Useiden vastaajien yritystoiminta perustuu itse tuotettujen raaka-aineiden jalostamiseen. Vastauksissa kiinnitettiin huomiota siihen, että osa raaka-aineista hankitaan lähialueilta, mutta ei oman maakunnan rajojen sisäältä. Lisäksi vastauksissa huomautettiin, että omassa maakunnassa tuotettujen raaka-aineiden käyttöä rajoittaa niiden saatavuus – joitakin raaka-aineita ei tuoteta lainkaan omassa maakunnassa tai muuallakaan Suomessa. Eräs vastaaja totesi, että raaka-aineiden hankintapäätöksissä ostohinta on ratkaiseva kriteeri. Monet vastaajista kertoivat ostavansa raaka-aineet tukkuliikkeiltä, jolloin raaka-aineiden valmistajat eivät välttämättä ole paikallisia toimijoita.

Kyselyyn vastanneiden pohjalaisten yritysten tuotteiden myynnistä keskimäärin 53 prosenttia kohdistuu omaan maakuntaan. Erityisesti lihanjalostajat, leipomot ja eläinten ruokien valmistajat löytävät päämarkkinansa omasta maakunnasta

(kuvio 56). Muuhun Suomeen tapahtuvan myynnin osuus on 42 prosenttia. Suurin osuus muualle Suomeen myyvvistä alatoimialoista on maitotalous- sekä myllytuotteilla, joiden myynnistä yli 95 prosenttia menee oman maakunnan ulkopuolelle. Viennin osuus on Pohjanmaalta melko vähäistä. Vientiin menee keskimäärin 5 prosenttia pohjalaisten elintarvikealan yritysten tuotteista. Pohjalaisista yrityksistä eniten tuotteitaan ulkomaille myyvät muiden elintarvikkeiden valmistajat sekä kalanjalostajat.

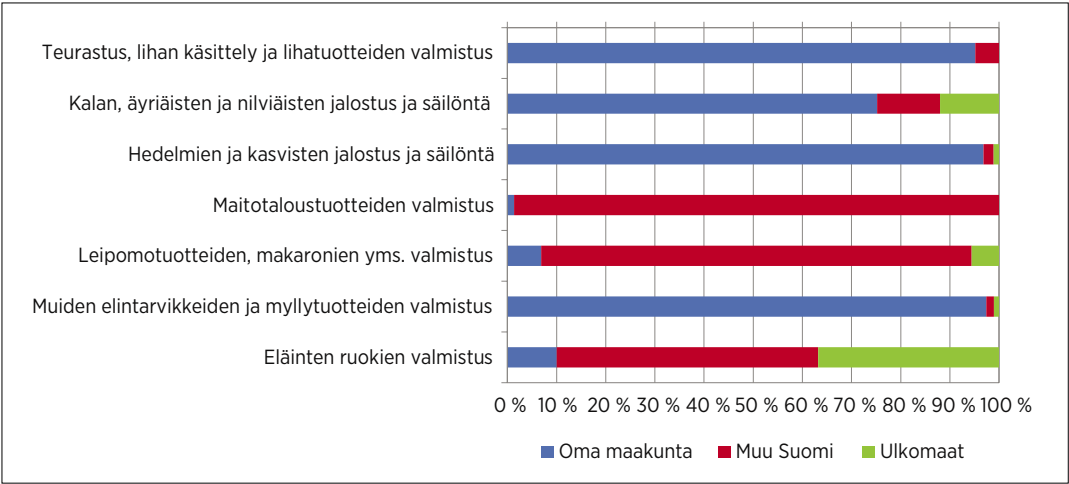
Suoramyynti on suosittu myyntikanava Pohjanmaan elintarvikeyritysten toiminnassa. Noin 53 prosenttia liikevaihdosta kertyy suoramyyntin kautta. Elintarvikemyynnistä 36 prosenttia tapahtuu tukkuliikkeiden välityksellä. Muiden myyntikanavien osuus on vähäisempi: vähittäiskaupoille myydään kuusi prosenttia ja ruokapalveluita tarjoaville yhteisöille ja yrityksille viisi prosenttia tuotannosta.

Noin kaksi prosenttia Pohjanmaan elintarvikeyritysten tuotannosta on nykyisin luomua (kuvio 57). Vastaajat arvioivat, että luomutuotannon osuus kasvaa lähelle kolmea prosenttia vuoteen 2020 mennessä. Etenkin tulevaisuudenarvion osalta luomun osuus on koko maan keskimääräistä arviota pienempi.

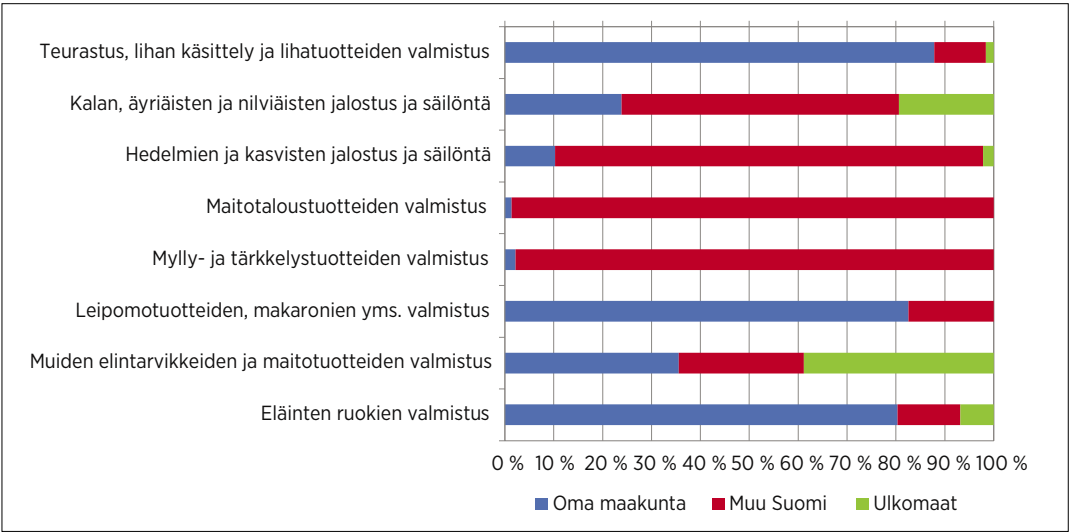
Vastauksissa kerrottiin, että tuotanto voi tapahtua suurelta osin luomutuotannon periaatteiden mukaisesti, mutta luomustatusta tuotannolle ei ole haettu. Eräs vastaaja kaipasi vahvempaa lähellä tuotettujen luomutuotteiden markkinointia. Hän toivoi, että tuottajien yhteystiedot ja kuvaukset tarjonnasta olisivat helposti saatavilla. Vastaajan kaipaamia tietoja on nykyisin saatavilla esimerkiksi Aitoja Makuja -hankkeen internetissä ylläpitämältä infisivustolta.

Miltei kaikki kyselyyn osallistuneet yritykset arvioivat liikevaihtonsa pysyvän vähintään nykyisellä tasolla myös tulevaisuudessa. Vastaajista 49 prosenttia arvioi liikevaihtonsa kasvavan vuoteen 2020 mennessä. Noin 43 prosenttia vastaajista puolestaan ennakoii, ettei liikevaihdossa tapahdu merkittäviä muutoksia muutaman seuraavan vuoden kuluessa. Kolmessa yrityksessä (8 % vastaajista) arvioitiin liikevaihdon pienenevän. Yhdessä näistä yrityksistä yrittäjä on jäämässä eläkkeelle, toisessa yrityksessä liiketoiminta supistuu myyntiverkoston pienentämisen myötä. Kolmannen yrityksen kohdalla liikevaihdon pienemisen syyksi ilmoitettiin silakkaa koskevat kalastuskiellot, joiden vuoksi kyseisen yrityksen tuotantotoiminta joudutaan keskeyttämään vuosittain muutaman kuukauden ajaksi.

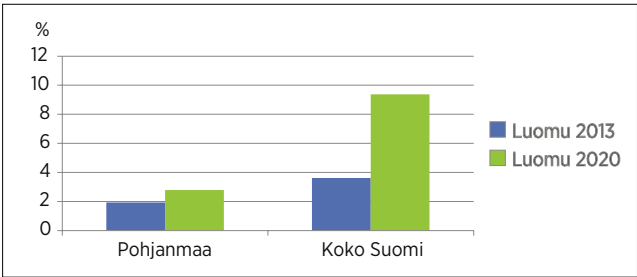
<sup>68</sup> Yksittäisiin vastauksiin perustuvia tuloksia ei raportoida, joten kyseisen myllytuotteiden valmistajan antama vastaus on yhdistetty muiden elintarvikkeiden tuottajien antamiin vastauksiin raaka-aineostojen osalta. Myllytuotteiden myyntiä koskeva jakauma on ilmoitettu erikseen, koska vastauksen on antanut myös toinen, alalla sivutoimisesti toimiva yritys.



Kuvio 55. Pohjanmaan elintarvikeyritysten raaka-aineostojen jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille.



Kuvio 56. Pohjanmaan elintarvikeyritysten myynnin jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille.



Kuvio 57. Pohjanmaan elintarvikeyritysten luomutuotannon osuus vuosina 2013 ja 2020.

Liikevaihdon kasvua arvioineet yritykset antoivat joitakin perusteluja näkemykselleen. Yhdessä yrityksessä odotetaan lähellä tuotetun, ympäristöä säästävän ja terveellisen ruoan suosion vahvistumisen näkyvän liikevaihdon kasvuna. Toinen vastaaja puolestaan kertoi äskettäin tapahtuneesta yritysjärjestelystä, jonka myötä toiminta laajenee. Vastauksissa todettiin, että kilpailun kiristytessä liikevaihdon pitäminen nykyisellä tasolla vaatii paljon työtä. Lisäksi vastauksissa kiinnitettiin huomiota hinta- ja kustannuskehitykseen, yleiseen taloustilanteeseen, työvoiman saatavuuteen ja yrittäjien työmäärään – kaikki nämä tekijät rajoittavat osaltaan yritysten kasvumahdollisuuksia.

Noin kolmannes liikevaihdon kasvua arvioineista yrityksistä ei esittänyt tarkempaa arviota muutoksen suuruudesta. Toinen kolmannes arvioi kasvua tapahtuvan alle 20 prosenttia. Loput kasvua tavoittelevista vastaajista arvioi tätä suurempaa kasvua, jopa liikevaihdon kaksinkertaistumista, vuoteen 2020 mennessä. Keskimäärin Pohjanmaan vastaajat arvioivat liikevaihdon kasvavan 28 prosenttia kyseisellä ajanjaksolla. On kuitenkin huomattava, että kaksi liikevaihdoltaan suurta yritystä ei ilmoittanut kasvuarviotaan, minkä vuoksi esitetty arvio on puutteellinen. Jos kyseisissä yrityksissä tapahtuisi pientä, viiden prosentin kasvua, koko maakunnan osalta kasvuarvio olisi noin 24 prosenttia. Jos taas arvioidaan, että näiden kahden yrityksen liikevaihto kasvaa 15 prosenttia, Pohjanmaan elintarvikeyritysten keskimääräinen kasvuarvio olisi 26 prosenttia.

Pohjanmaan elintarvikeyritykset kiinnittivät huomiota etenkin lähiruoan suosion kasvuun muutostrendinä, joka merkittävimmin vaikuttaa yritysten toimintaan vuoteen 2020 mennessä. Lisäksi vastaajat arvioivat, että tulevana vuosina asiakkaiden kiinnostus luonnonmukaisesti tuotettuja, korkealaatuisia, terveellisiä, lisäaineettomia ja tuoreita elintarvikkeita kohtaan vahvistuu. Vastauksissa arvioitiin myös, että asiakkaat ovat yhä kiinnostuneempia tuotteiden alkuperästä, ja monet haluavat kannattaa pienten yritysten toimintaa. Vastauksissa odotettiin myös uusien ruokaskandaalien ilmenemistä.

*”Kuluttajien ostokäyttäytyminen ja taloudellisen tilanne vaikuttaa tulevaisuuteen. Kuluttajille tuntuu olevan erittäin tärkeää lähellä tuotetut elintarvikkeet.”*

(Maitotuotteiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Pohjanmaa)

*”Kilpailu on alalla kovaa. Suuret kaupparyhmittymät hallitsevat markkinoita. Kuluttajat*

*arvostavat lähellä tuotettuja ja tuoreita tuotteita.”*

(Leipomotuotteiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Pohjanmaa)

Tulevien vuosien muutostrendejä nimetessään vastaajat toivat esiin myös toimintaympäristössä tapahtuvia muutoksia. Monissa vastauksissa arvioitiin kilpailun kiristyvän entisestään. Lainsäädännössä, lupien myöntöperusteissa ja toiminnan ohjeistuksissa voi vastaajien mukaan tapahtua muutoksia, jotka vaikuttavat merkittävästi yritystoimintaan. Vastauksissa pohdittiin myös yleisen taloustilanteen vaikutusta asiakkaiden maksukykyyn ja julkisissa hankinnoissa tapahtuvia muutoksia. Niin ikään muutokset raaka-aineita tarjoavan alkutuotannon ja elintarvikeyritysten tuotteita ostavien yritysasiakkaiden toiminnassa aiheuttavat vaikutuksia ruokaketjun muissakin osissa. Vastauksissa huomioitiin myös median rooli esimerkiksi ruokatrendien välittämisessä.

*”Import av bageriprodukter som säljs i detaljhandel”*

(Leipomotuotteiden valmistaja, alle 30 työntekijää, Pohjanmaa)

*”Om sockerskatt blir genomförd också på honung kan det bli svårt att driva lönsam biodling”*

(Muiden elintarvikkeiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Pohjanmaa)

*”Kilpailu ei tällä seudulla vaikuta niin voimakkaasti alaan. Suurin vaikuttaja alaan tuntuu olevan media ja sen esiin nostamat ruoka-ainetrendit, kuten hiilihydraatiton ruokavalio. Kuluttajien käyttäytyminen ei aina ole rationaalista: leivän syönti tai kahvi ja pulla on pahasta terveydelle mutta pikaruokalassa käynti taas ei. Emme pysty kilpailemaan hinnalla suuria tuottajia vastaan mutta asiakkaat arvostavat kyllä paikallista leipää.”*

(Leipomotuotteiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Pohjanmaa)

Tulevaisuuden muutostrendit voivat liittyä myös yrityksen sisäisessä toiminnassa tapahtuvaan kehitykseen. Yrittäjän jääminen eläkkeelle, tuotantoprosessin kehittäminen sekä tuotevalikoiman ja asiakaskunnan laajeneminen kuten myös viennin kehityskulut ja vuotuisten satojen onnistuminen vaikuttavat merkittävästi yritysten toimintaan.

Kyselyssä selvitettiin myös Pohjanmaan elintarvikeyritysten edustajien näkemyksiä yhteiskuntavastuusta. Ympäristövastuuseen liittyvät



Merenkurkun kaloja. (Kuva: Jari Viitaharju)

kysymykset ovat erittäin tärkeitä 36 prosentille, melko tärkeitä kymmenelle prosentille, tärkeitä 44 prosentille ja vain vähän tärkeitä kymmenelle prosentille vastaajista. Vastaajat korostivat ympäristövastuun kantamisen kokonaisvaltaisuutta ja sitä, miten riippuvaista alkutuotanto on ympäristön tilasta. Ympäristöä pyritään suojelemaan esimerkiksi käyttämällä ympäristön kannalta parhaita raaka-aineita ja hyödyntämällä muun teollisuuden sivuvirtoja, kehittämällä tuotantoprosesseja, valitsemalla sopivimmat energiantuotantomuodot, minimoimalla kuljetusmatkat sekä hakemalla sopivimpia pakkausratkaisuja. Osa vastaajista tuottaa luomutuotteita tai heidän tuotantovalinnoissaan ympäristönäkökohdat korostuvat muutoin tavanomaista vahvemmin. Eräs kalanjalostaja kiinnitti huomiota siihen, että toiminnallaan he osallistuvat hoitokalastukseen ja siten huolehtivat vesistöjen hyvinvoinnista. Lisäksi vastauksissa todettiin, että lainsäädäntö ohjaa tuotantoa siten, että tuotannon haitalliset ympäristövaikutukset vähenisivät. Vastauksissa kerrottiin myös ympäristöstandardeista, jotka niin ikään kertovat siitä, että ympäristövastuu on yrityksille tärkeää.

*"Ympäristöasiat näkyvät pakkausmateriaalin kierrätyksessä ja kuljetusten minimoimisessa."*

(Leipomotuotteiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Pohjanmaa)

*"Finns väl ingen som är mer beroende av god miljö än primärproducenterna."*

(Muiden elintarvikkeiden tuottaja, alle kymmenen työntekijää, Pohjanmaa)

*"Luomutuotteet ovat tällä hetkellä koeleivonnassa. Ympäristöasiat yleensä ovat sisäänrakennettuja yrityksen toimintaan ja tavallaan aina takaraivossa kun päätöksiä tehdään."*

(Leipomotuotteiden valmistaja, alle 30 työntekijää, Pohjanmaa)

Yhteisövastuu koetaan niin ikään merkitykselliseksi näkökulmaksi Pohjanmaan elintarvikeyrityksissä. Yhteisövastuu on erittäin tärkeää 27 prosentille, melko tärkeää 18 prosentille, tärkeää 48 prosentille ja vain vähän tärkeää kuudelle prosentille vastaajista. Vastauksissa korostui yritystoiminnan työllistävä vaikutus: elintarvikeyritykset

työllistävät paikallisia asukkaita, hankkivat raaka-aineita ja muita tuotannon tekijöitä paikallisilta toimijoilta ja osaltaan vilkastuttavat alueen taloutta. Lisäksi yritykset tarjoavat paikallisille asiakkaille korkealaatuisia tuotteita ja osallistuvat yhteisönsä toimintaan.

*”Aktiivinen vaikuttaminen ympäristöön ja toimiminen kyläyhteisötoiminnassa”*

(Muiden elintarvikkeiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Pohjanmaa)

*”Hög andel lokal arbetskraft, lokala förnödenheter när det är möjligt.”*

(Muiden elintarvikkeiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Pohjanmaa)

*”-- Omien työntekijöiden lisäksi yritys työllistää alihankintaketjujen (esim. kuljetus) kautta.”*

(Eläinten ruokien valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Pohjanmaa)

Yli puolet vastaajista (57 %) on vastannut joskus julkisen sektorin tarjouspyyntöön. Kaikki vastaukset on annettu itsenäisesti, ilman yritysten välistä yhteistyötä. Pohjanmaalla on myös useita yrityksiä – 43 prosenttia vastaajista – jotka eivät ole osallistuneet julkiskeittöille hankittavia elintarvikkeita koskevaan kilpailutukseen. Useimmiten vastaamattomuutta perusteltiin kapasiteetilla: yritystoiminta on alkuvaiheessaan, tuotantomäärät eivät riitä kattamaan kysyttyä määrää ja vastaajien käsitysten mukaan julkisissa hankinnoissa halutaan saada kaikki tuotteet samasta paikasta. Lisäksi vastauksissa kerrottiin, että yritykset ovat löytäneet kysyntää tuotteilleen muilta tahoilta, tarjouspyyntöjen sopimusehdot eivät ole olleet kiinnostavia ja kaikista vastaajien tuottamista tuotteista ei ole tehty tarjouspyyntöä.

*”Dåliga villkor!”*

(Kalanjalostaja, alle kymmenen työntekijää, Pohjanmaa)

*”Julkisissa hankinnoissa halutaan usein kaikki tuotteet samalta toimittajalta.”*

(Maitotuotteiden valmistaja, alle sata työntekijää, Pohjanmaa)

Myös julkiselle sektorille toimittavat yritykset antoivat hankintaprosesseja koskevaa palautetta:

*”Yritys on aina silloin tällöin mukana julkisen sektorin kilpailutuksissa mutta niissä hinta*

*tuntuu olevan ratkaiseva tekijä. Sen vuoksi niissä ei ole yleensä menestyttykään. Yrityksen kannalta panos-hyötysuhde jää liian pieneksi.”*

(Leipomotuotteiden valmistaja, alle 30 työntekijää, Pohjanmaa)

*”Julkinen hankintaprosessi on tehty turhan vaikeaksi.”*

(Leipomotuotteiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Pohjanmaa)

### 3.11.3 HANKINTARENKAILLE JA -YKSIKÖILLE LÄHETETYN KYSELYN TULOKSIA

Pohjanmaalta kyselyyn vastasi neljä hankintarenkasta tai -yksikköä.<sup>69</sup> Pohjanmaan hankintayksiköt ostavat 17 prosenttia elintarvikehankinnoista omasta maakunnasta. Omasta maakunnasta ostetaan elintarvikkeita julkiskeittösektorille vuosittain noin 1,35 miljoonan euron verran. Muualta Suomesta ostetaan 67 prosenttia ja ulkomailta 16 prosenttia elintarvikehankinnoista. Omasta maakunnasta ostetaan eniten perunoita ja kalatuotteita (kuvio 58). Tärkeitä paikallisia tuotteita ovat myös juurekset, kasvikset ja marjatuotteet sekä liha- ja leipomotuotteet.

Vastauksissa huomautettiin, että jakaumat voivat muuttua vuosittain. Monia elintarvikkeita hankitaan lähialueilta, mutta eri maakunnasta. Vastauksissa myös todettiin, että suuri osa elintarvikkeista on tuotettu lähellä, mutta hankinnat on tehty keskusliikkeen kautta. Vastaajilla ei siten ole välttämättä tietoa siitä, missä maakunnassa elintarvikkeiden raaka-aine on tuotettu. Elintarvike on voinut myös kiertää eri varastojen kautta.

Pohjanmaan hankintarenkaat arvioivat, että niin paikallisten kuin kotimaisten elintarvikkeiden osuus hankinnoista kasvaa vuoteen 2020 mennessä (kuvio 59). Omasta maakunnasta ostetaan tuolloin arvion mukaan 39 prosenttia ja muualta Suomesta 50 prosenttia julkiskeittöissä käytettävistä elintarvikkeista. Ulkomaisten tuotteiden osuudeksi jäisi enää 12 prosenttia. Tällä hetkellä omasta maakunnasta hankitaan elintarvikkeita suunnilleen yhtä paljon kuin Suomessa keskimäärin, mutta paikallisten tuotteiden osuuden arvioi-

<sup>69</sup> Yksi vastaajista ei ilmoittanut toimialoitain (esim. lihatuotteet, kalatuotteet), missä suhteessa sen elintarvikehankinnat ostetaan omasta maakunnasta, muualta Suomesta tai ulkomailta. Kyseisen vastaajan elintarvikehankinnat ovat euromääräisesti suhteellisen pienet, joten tämä vaikuttaa tuloksiin vain hieman. Kyseinen vastaaja on mukana maakunnan kaikkia elintarvikehankintoja koskevissa tuloksissa, mutta se ei ole mukana toimialakohtaisissa tuloksissa.

tiin kasvavan keskimääräistä voimakkaammin. Pohjanmaalaiset vastaajat arvioivat siis kotimaisuusasteen kohoavan lähivuosina, kun taas Suomessa keskimäärin arvioitiin ulkomaisten tuotteiden osuuden hieman kasvavan.

Luumutuotteiden osuus Pohjanmaan julkiskeittiösektorilla käytettävistä elintarvikkeista on nykyisin alle kaksi prosenttia (kuvio 60). Luomun osuuden arvioidaan kasvavan voimakkaasti vuoteen 2020 ulottuvalla jaksolla: vastaajien keskimääräisen arvion mukaan noin 13 prosenttia elintarvikeostoista on tuolloin luomutuotantoa. Luomuosuus on nykyisin koko maan keskimääräistä arviota pienempi, mutta ennustettu vuoden 2020 osuus on keskimääräistä korkeampi.

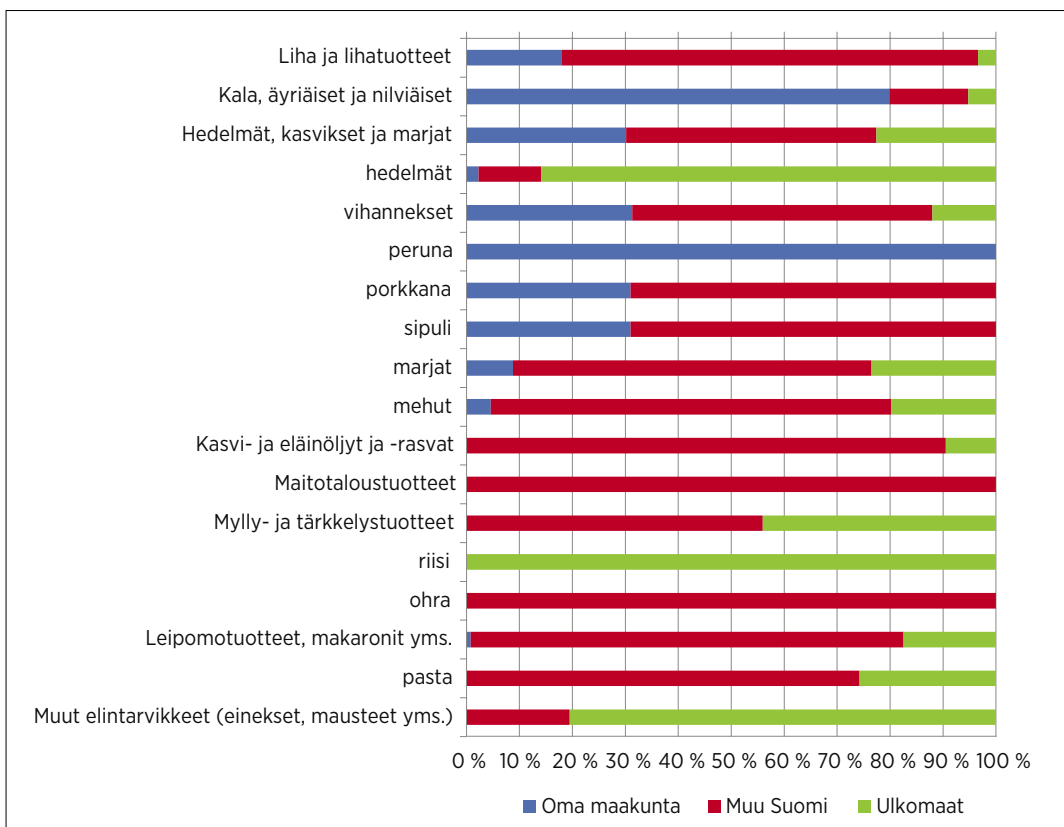
Kyselyssä selvitettiin myös Pohjanmaan hankintayksiköiden näkemyksiä merkittävimmistä muutostrendeistä, jotka vaikuttavat elintarvikehankintoihin vuoteen 2020 mennessä. Vastaukset liittyivät lähinnä elintarvikkeiden ominaisuuksiin: laatu nousee hintaa tärkeämmäksi kriteeriksi, elintarvikkeiden puhtaus ja jäljitettävyyys korostuu ja lähiruoan sekä luomutuotteiden osuus kasvaa. Vastauksissa todettiin, että hankintayksiköiden käytettävissä oleva budjetti rajoittaa esimerkiksi paikallisten ja luomuna tuotettujen elintarvikkeiden käyttämistä. Lisäksi vastauksissa nostettiin esiin se, että erityisesti pienten elintarvikealan yritysten määrän väheneminen vaikeuttaa lähiruoan osuuden kasvattamista.

Vastaajat pitävät suunnittelukoukkuja ruokapalveluvastaavien kanssa. Suunnittelukokoukset elintarvikealan yritysten ja tukkuliikkeiden kanssa ovat myös käytössä olevia yhteistyömuotoja. Osaan kokouksista osallistuu useamman edellä mainitun tahon toimijoita.

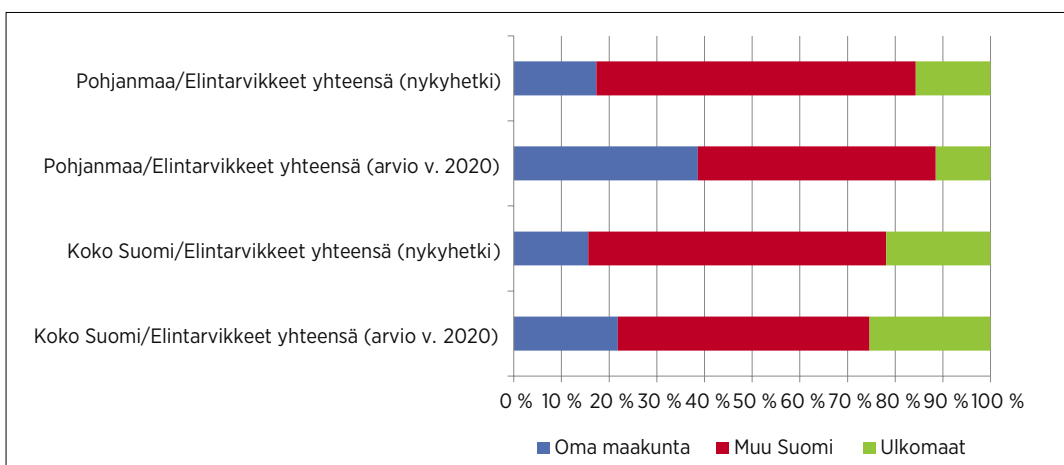
Vastaajat esittivät monenlaisia keinoja, joiden avulla lähiruoan käyttöä julkiskeittiösektorilla voitaisiin parhaiten edistää. Hankintalain kriteerien ja sen sovellusohjeiden muutokset nimettiin yhdeksi tärkeäksi edistämiskeinoksi. Vastauksissa todetaan hinnan olevan edelleen ratkaiseva tekijä päätöksenteossa, vaikka vastaajat haluaisivat korostaa myös laatua. Vastauksissa toivotaan asennemuutosta niin päättäjien kuin keittiöhenkilökunnan keskuudessa. Tähän liittyen ehdotettiin koulutuksen järjestämistä. Vastauksista nousee esiin hankintayksiköiden huoli siitä, että paikallisen tai kotimaisen ruoan suosimisesta voi markkinaoikeudella olla erilainen näkemys kuin yksikön sisällä. Lähiruoan käyttöä voidaan edistää myös siten, että tuottajat markkinoivat tuotteitaan enemmän. Lisäksi vastauksissa todettiin, että julkiskeittiot eivät voi hallita useilta eri toimittajilta tulevia toimituksia, joten elintarvikeyritysten välinen yhteistyö voisi osaltaan edistää lähiruoan käyttöä julkiskeittiöissä.



Tuote-esittelyä Gastro-messuilla ruoka-alan ammattilaisille. (Kuva: Leena Viitaharju)



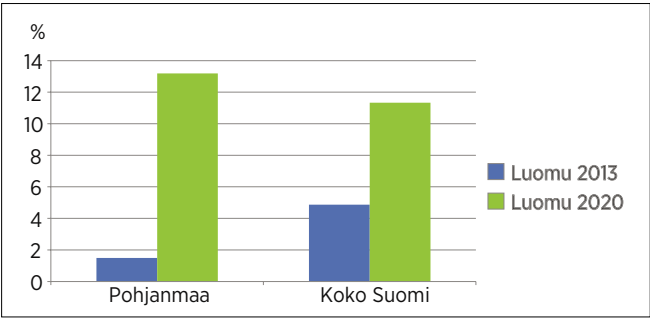
**Kuvio 58.** Pohjanmaan hankintarenkaiden ja -yksiköiden hankintojen jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille.<sup>70</sup>



**Kuvio 59.** Pohjanmaan hankintarenkaiden ja -yksiköiden hankintojen jakautuminen eri alueille vuosina 2013 ja 2020.

<sup>70</sup> Vastaajat ilmoittivat, että heidän hankinnoissaan ei ole mainittavasti tuotteita, jotka kuuluvat toimialaan alkoholipitoiset juomat sekä virvoitusjuomat.





**Kuvio 60.**  
Pohjanmaan hankintarenkaiden ja -yksiköiden luomuhankintojen osuus vuosina 2013 ja 2020.

### 3.11.4 MAATALOUDEN JA ELINTARVIKETEOLLISUUDEN ALUETALOUDELLISET VAIKUTUKSET

#### 3.11.4.1 Nykytilanteen vaikutukset

Maataloudella on suurempi vaikutus Pohjanmaan talouteen ja työllisyyteen kuin elintarviketeollisuudella. Maatalouden vaikutus Pohjanmaan BKT:hen on noin 5,8 prosenttiyksikköä eli noin 350 miljoonaa euroa. Elintarviketeollisuuden talousvaikutus on puolestaan noin 5,7 eli noin 340 miljoonaa euroa. Maatalous työllistää lähes yhdeksän prosenttiyksikköä maakunnan työllisistä, kun vastaavasti elintarviketeollisuus työllistää noin neljä prosenttiyksikköä maakunnan työllisistä.

Alatoimialoittain tarkasteltuna elintarviketeollisuudessa suurin vaikutus Pohjanmaan talouteen ja työllisyyteen on lihanjalostuksella, yli 130

miljoonaa euroa ja noin 1 360 henkilötyövuotta. Vaikutuksiltaan toiseksi suurin elintarviketeollisuuden toimiala maakunnassa on eläinten ruokien valmistus vaikuttaen maakunnan talouteen lähes 70 miljoonalla eurolla ja työllisyyteen noin 760 henkilötyövuodella. Eläinten ruokien valmistuksen suuri vaikutus johtuu sekä alan huomattavasta suorasta vaikutuksesta että selvästi kerroinvaikutuksesta muun muassa maatalouteen.

Pohjanmaalla maatalouden työllisyyskerroin on 1,1, jolloin yksi alkutuotannon työntekijä työllistää kerroinvaikutusten kautta 0,1 muuta. Pohjanmaan elintarvikkeiden ja juomien valmistuksen työllisyyskerroin on 2,1, jolloin yksi elintarviketeollisuuden työntekijä työllistää kerroinvaikutusten kautta 1,1 muuta; muuhun ruokaketjuun 0,9 ja muille toimialoille 0,2 henkilöä.

**Taulukko 33.** Maatalouden ja elintarviketeollisuuden vaikutukset Pohjanmaalla.

Toimiala	BKT (%-yksikköä)	BKT (milj. euroa)	Työllisyys (%-yksikköä)	Työllisyys (htv)
<b>MAATALOUS</b>	<b>5,78</b>	<b>347,17</b>	<b>8,82</b>	<b>7664</b>
Lihanjalostus ja teurastus	2,23	133,84	1,56	1359
Kalanjalostus	0,13	7,80	0,08	67
Hedelmien, marjojen ja vihannesten jalostus	0,45	27,04	0,27	235
Rasvojen ja öljyjen valmistus	0,00	0,26	0,01	4
Maitotuotteiden valmistus	0,68	40,76	0,51	446
Myllytuotteiden valmistus	0,16	9,68	0,08	70
Leipomotuotteiden valmistus	0,50	29,91	0,44	379
Muu elintarvikkeiden valmistus	0,11	6,39	0,07	65
Eläinten ruokien valmistus	1,15	68,91	0,88	761
Juomien valmistus	0,28	16,90	0,14	122
<b>ELINTARVIKETEOLLISUUS YHTEENSÄ</b>	<b>5,69</b>	<b>341,49</b>	<b>4,04</b>	<b>3509</b>

### 3.11.4.2 Tulevaisuuden vaikutukset

Pohjanmaalta kyselyyn vastanneet hankintarenkaat ilmoittivat hankkivansa tällä hetkellä 17 prosenttia elintarvikkeista omasta maakunnasta. Ne arvioivat, että vuonna 2020 oman maakunnan hankintojen osuus olisi noin 39 prosenttia eli lähituotteiden hankinnassa olisi odotettavissa melko suurta kasvua. Tällä hetkellä hankintarenkaiden elintarvikkeiden kokonaishankintojen arvo oli 7,96 miljoonaa euroa, joista oman maakunnan hankintoihin käytettiin 1,35 miljoonaa euroa. Tulevaisuudessa oman maakunnan elintarvikehankintojen arvo nousisi 3,10 miljoonaan euroon. Muutos oman maakunnan tuotteisiin käytetyssä rahamäärässä olisi siis 1,75 miljoonaa euroa.

Jos Pohjanmaan hankintarenkaat käyttäisivät siis tuon 1,75 miljoonaa euroa lisää oman maakunnan elintarvikehankintoihin, vaikuttaisi se alueen työllisyyteen lähes 30 henkilötyövuotta. Näin ollen sataatuhatta euroa kohden, joka käytetään paikallisten elintarvikkeiden ostoon, vaikutetaan maa-

kunnan työllisyyteen 1,7 henkilötyövuoden verran, kun otetaan huomioon myös kerroinvaikutukset. Työllisyysvaikutusten lisäksi paikallisten elintarvikkeiden käyttö julkisissa keittiöissä vaikuttaa myös alueen talouteen. Pohjanmaan osalta vaikutus bruttokansantuotteeseen olisi 2,1 miljoonaa euroa, jos julkisia elintarvikehankintoja kohdistettaisiin omaan maakuntaan lisää arvioitu 1,75 miljoonaa euroa.

**Taulukko 34.** Tulevaisuuden (v. 2020) vaikutukset Pohjanmaan työllisyydelle ja taloudelle nykytilanteeseen nähden.

	Paikallisten tuotteiden käytön vaikutukset
Vaikutus työllisyyteen (htv)	29,9
Vaikutus työllisyyteen (htv) / 100 000 €	1,7
Vaikutus BKT:hen (milj. €)	2,1

## 3.12 POHJOIS-KARJALA

### 3.12.1 MAATALOUS JA ELINTARVIKE-TEOLLISUUS POHJOIS-KARJALASSA

Perinteisesti maatalous on ollut Pohjois-Karjalassa yksi keskeisimpiä työllistäjiä, mutta rakennemuutoksen vaikutuksesta maatilojen määrä on vähentynyt selvästi. Vuonna 2000 Pohjois-Karjalassa oli 3 417 maatilaa ja vuoteen 2012 mennessä tilojen lukumäärä oli laskenut 2 434:ään (poistuma 28,8 %). Tilojen lukumäärän vähentyessä keskipeltoala on kuitenkin noussut ja tilakohtaisesti tuotettavat tuotantomäärät kasvaneet. (Pohjois-Karjalan ELY-keskus, 2013; Pohjois-Karjalan Maakuntaliitto, 2007.) Maakunnan maataloustuotannon kokonaismäärä on tilojen vähentyessä laskenut. Pohjois-Karjalan maatalouden runko perustuu nautakarjavaltaiseen kotieläintalouteen. Maakunta on maamme viidenneksi suurin maidon tuottaja. Myös luomukotieläintaloutta harjoitetaan Pohjois-Karjalassa keskimäärin muuta maata aktiivisemmin, ja luomukotieläintilojen määrä on kasvussa. (Matilda, 2013; Pohjois-Karjalan Maakuntaliitto, 2007.) Vuonna 2012 luomutilojen määrä oli Pohjois-Karjalassa 322 kappaletta, mikä käsittää noin 7,6 prosenttia koko Suomen luomutiloista. Luomutilojen määrä on noin 13,2 prosenttia maakunnan maatilojen kokonaismäärästä. Suhteutettuna maakunnan tilojen määrään Pohjois-Karjala on maamme kolmanneksi suurin luomun tuottaja. Luomuemolehmien ja alle 8kk:n ikäisten nautojen lukumäärä on Pohjois-Karjalassa maan suurin. Myös luomumehiläisten määrä on maakunnassa merkittävä. (Evira, 2013.)

Maatilojen määrä Pohjois-Karjalassa oli vuonna 2012 yhteensä 2 434 kappaletta. Maatiloista eniten oli lypsykarjatalouden (662 tilaa), muun kasvintuotannon (648 tilaa), viljan viljelyn (571 tilaa) ja nautakarjatalouden (252 tilaa) tiloja. Viljelijöitä oli vuonna 2012 maakunnassa 2 149. Pohjois-Karjalassa on koko maan keskiarvoa enemmän lypsykarjatalouden, muun nautakarjatalouden, lammas- ja vuohitalouden, hevostalouden, puutarhakasvien viljelyn ja muun tuotannon maatiloja suhteessa tilojen määrään. Viljanviljelytilojen ja erikoiskasvituotannon tilojen osuudet ovat Pohjois-Karjalassa selvästi pienemmät kuin koko maassa keskimäärin. (Matilda, 2013.)

Pohjois-Karjala tunnetaan perinteisestä ruokakulttuurista. Maakunta on valtakunnanärkeä sekä raaka-ainetuottajana että -jalostajana. Pohjois-Karjalan elintarvikealan menestys perustuu puhtaisiin ja korkealaatuisiin raaka-aineisiin, jotka ovat peräisin maakunnan tiloilta, metsistä ja järvistä. Aiemmin Pohjois-Karjala oli tunnettu perinneruoista, kuten karjalanpaistista ja -piirakoista, sultsinoista ja tsupukoista. Nykyään maakunta tarjoaa näiden lisäksi myös juustoja, sieniä, kaviaaria, kalajalosteita, hilloja, mehuja, ruisleipää ja villisian lihaa. Juomien valmistuksen erikoisuutta maakunnassa ovat muun muassa kultahippuviini, koivumahla ja herukanlehtijuoma. Alueen suurimmat elintarvikealan yritykset ovat Valio ja HK Ruokatalo. Reilu kolmannes yrityksistä toimii leipomoalalla. Suurimpia leipomoja ovat Porokylän leipomo, Pielispakari ja Kotileipomo Riikonen. Muita tunnettuja yrityksiä ovat muun muassa Euroopan suurin kastiketuottaja Puljonki, Suomen suurin pitsakinkkusuikaleiden valmistaja Kareli-



Karjalanpiirakka on perinteinen leivonnainen Pohjois-Karjalassa. (Kuva: ProAgria Pohjois-Karjala, Karelia à la carte -verkosto)

an lihajaloste, alkoholittomia kuohujuomia tekevä Kontiomahu, maailman suurin koivumahlan tuottaja Nordic Koivu, herkkutatteja Italiaan vievä Dalla Valle ja kuohuviinistään palkittu Hermannin viinitila. (Aitojamakuja.fi, 2013b.)

Elintarvikkeita jalostavien yritysten määrä Pohjois-Karjalassa on pysynyt vuodesta 2006 vuoteen 2012 jokseenkin samana, 120-130 yrityksen välillä. Yrityksistä noin 86 prosenttia oli alle 9 työntekijän yrityksiä. (Ruoka-Suomi, 2013.) Elintarvikkeiden ja juomien jalostuksen henkilöstö oli Pohjois-Karjalassa vuonna 2011 yhteensä 802 ja alan liikevaihto oli noin 188 miljoonaa euroa. Elintarvikealan alatoimialoista eniten toimipaikkoja on leipomotuotteiden valmistuksessa. Se on myös maakunnan suurin työllistäjä elintarvikealan alatoimialoista työllistäen 291 henkilöä. Suurin liikevaihto on lihanjalostuksessa, noin 54 miljoonaa euroa. (Toimiala Online, 2013.)

**Taulukko 35.** Pohjois-Karjalan elintarvikealan toimipaikat.

Toimiala	Yritykset 2013 (kpl) <sup>71</sup>	Yritykset 2012 (kpl) <sup>72</sup>
Teurastus, lihan käsittely ja lihatuotteiden valmistus	11	9
Kalan, äyriäisten ja nilviäisten jalostus ja säilöntä	13	4
Hedelmien ja kasvien jalostus ja säilöntä	17	8
Maitotaloustuotteiden valmistus	6	4
Mylly- ja tärkkelystuotteiden valmistus	3	2
Leipomotuotteiden, makaronien yms. valmistus	56	49
Muiden elintarvikkeiden valmistus	4	4
Juomien valmistus	19	6
<b>Yhteensä</b>	<b>129</b>	<b>86</b>

### 3.12.2 YRITYSKYSELYN TULOKSIA

Pohjois-Karjalasta yrityskyselyyn vastasi yhteensä 48 yritystä. Vastaajista 17 edusti leipomoalan yrityksiä. Kyselyyn ei vastannut yhtäkään sellaista yritystä, jonka päätoimialana olisi kasvi- ja eläinöljyjen ja -rasvojen valmistus tai eläinten ruokien valmistus. Loput vastaajat jakautuivat melko tasaisesti muille alatoimialoille.

<sup>71</sup> Tiedot: Ruoka-Suomi, 2013

<sup>72</sup> Tiedot: Toimiala Online, 2013

Pohjoiskarjalaiset elintarvikealan yritykset ostavat keskimäärin 54 prosenttia tuotantonsa raaka-ainesta omasta maakunnasta. Oman maakunnan osuus on suurin hedelmiä ja kasviksia jalostavien sekä kalatuotteita ja juomia valmistavien yritysten keskuudessa (kuvio 61). Paikallisten raaka-aineiden osuus on pienin liha- ja leipomotuotteiden valmistajien kohdalla. Pohjois-Karjalan elintarvikeyritysten käyttämistä raaka-aineista 43 prosenttia ostetaan muualta Suomesta. Tuontiraaka-aineiden osuus on kolme prosenttia.

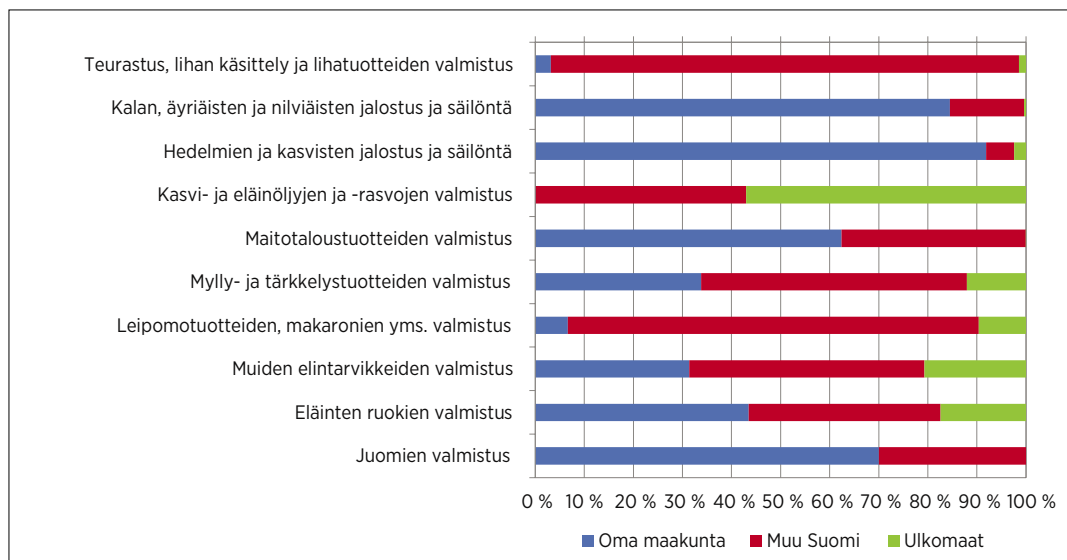
Vastausten perusteella useat elintarvikeyritykset tuottavat päätoimialaansa kuuluvien tuotteiden lisäksi muihin alatoimialoihin<sup>73</sup> luettavia tuotteita. Raportoiduissa tuloksissa on huomioitu kaikkien yritysten vastaukset riippumatta siitä, kuinka suuri osa yrityksen liikevaihdosta kertyy kyseiseltä alatoimialalta. Jos tuloksissa huomioitaisiin ainoastaan yritysten päätoimialojaan koskevat vastaukset, omassa maakunnassa tuotettujen raaka-aineiden osuus ostoista saattaisi olla muutamia prosenttiyksiköitä suurempi. Myös kotimaisuusaste voisi olla hieman raportoitua korkeampi.<sup>74</sup>

Vastaajat arvioivat, että paikallisia raaka-aineita käytetään myös tulevaisuudessa vähintään yhtä paljon kuin nykyisin. Vastaajista 76 prosenttia arvioi, että oman maakunnan osuus pysyy jatkossakin nykyisellä tasolla. Neljännes vastaajista puolestaan arvioi oman maakunnan osuuden kasvavan. Vastauksista ilmeni, että yrityksissä on kiinnostusta paikallisten raaka-aineiden käytön lisäämiselle, mutta raaka-aineiden saatavuus, hinta ja laatu ovat rajoittavia tekijöitä. Osa vastaajista kertoi tuottavansa itse pääraaka-aineensa. Vastauksissa myös todettiin, että tukkuliikkeistä ostettavista raaka-aineista tiedetään, ovatko ne kotimaisia, mutta niiden alkuperän tarkempi määrittäminen ei ole yrityksille välttämättä mahdollista.

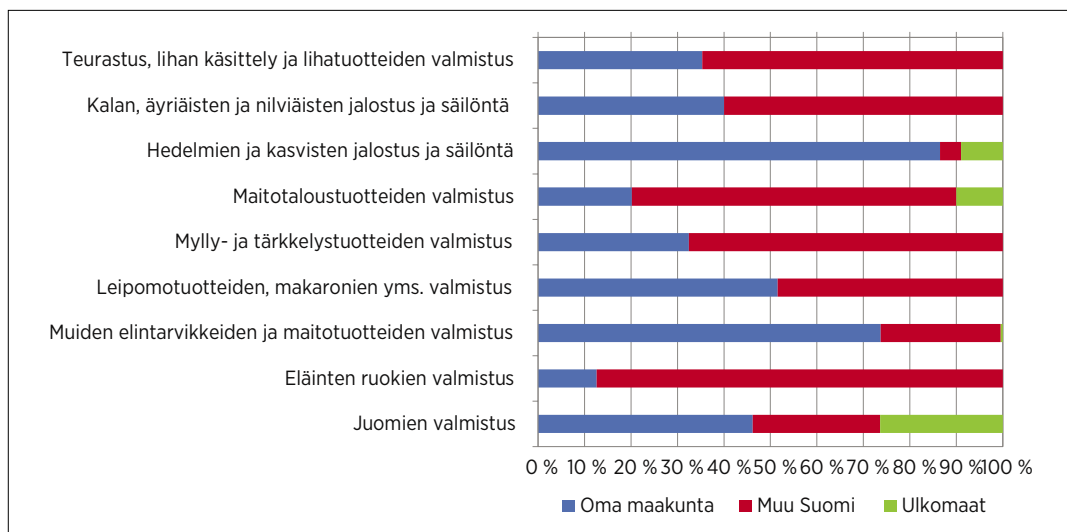
Pohjois-Karjalan elintarvikeyritysten valmiiden tuotteiden myynti kohdistuu pääasiassa kotimaan markkinoille. Tuotannosta 28 prosenttia myydään omassa maakunnassa ja 64 prosenttia muualle Suomeen. Oman maakunnan osuus on suurin hedelmien ja kasvien jalostajien ja muiden elintarvikkeiden valmistajien toiminnassa (kuvio 62). Viennin osuus oli Pohjois-Karjalassa

<sup>73</sup> Alatoimialoja ovat lihatuotteiden valmistus, kalan jalostus jne.

<sup>74</sup> Liha-, kala- ja myllytuotteiden sekä muiden elintarvikkeiden ja juomien valmistuksen osalta paikallisten raaka-aineiden osuus voi olla huomattavastikin suurempi, jos huomioidaan ainoastaan kyseisillä alatoimialoilla päätoimisesti toimivat yritykset. Toisaalta hedelmien ja kasvien jalostuksessa sekä eläinten rehujen valmistuksessa paikallisten raaka-aineiden osuus voi olla raportoitua pienempi, jos tarkastellaan vain niiden yritysten vastauksia, jotka ovat ilmoittaneet nämä alat pää- tai sivutoimialoikseen. On kuitenkin syytä huomata, että näin toimittaessa alatoimialojen tulokset perustuisivat yleensä vain muutamien yritysten vastauksiin.

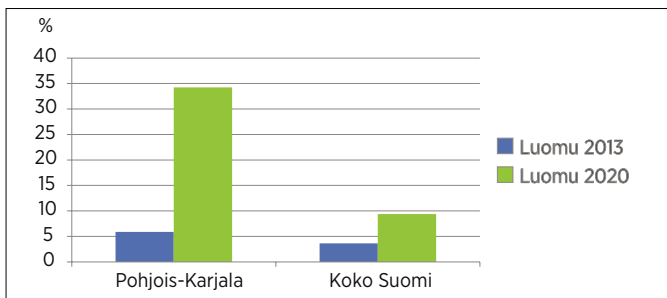


Kuvio 61. Pohjois-Karjalan elintarvikeyritysten raaka-aineostojen jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille.



Kuvio 62. Pohjois-Karjalan elintarvikeyritysten myynnin jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille.<sup>75</sup>

<sup>75</sup> Myös myyntien kohdalla saatiin joitakin vastauksia, joiden perusteella vastaajat toimivat useammilla alatoimialoilla. Jos tuloksissa huomioitaisiin ainoastaan yritysten päätoimialojaan koskevat vastaukset, koko maakunnan keskimääräiset myyntien jakautumista kuvaavat tulokset eivät poikkeaisi raportoiduista tuloksista. Alatoimialojen tuloksissa voisi tapahtua kohtalaisia muutoksia - paikallisuusaste voi olla muutaman prosenttiyksikön verran suurempi tai pienempi. Kotimaan markkinoille kohdistuvan myynnin osuus ei kuitenkaan muuttuisi.



**Kuvio 63.**

Pohjois-Karjalan elintarvikeyritysten luomutuotannon osuus vuosina 2013 ja 2020.

melko vähäistä: vain 8 prosenttia tuotteista myytiin ulkomaille. Yleisintä vientimyynti oli juomien valmistuksessa. Vastauksissa kerrottiin, että tukkuliikkeiden kautta myydessä yritykset eivät tiedä tarkalleen, missä suhteessa tuotteet myydään eteenpäin oman maakunnan alueelle tai muualle Suomeen. Lisäksi vastauksissa todettiin, että tuotteiden päämarkkina-alue voi sijaita yrityksen lähiympäristössä, kuitenkin osin naapurimaakunnan puolella.

Pohjois-Karjalan elintarvikealan yritysten tuotannosta 79 prosenttia myydään tukkuliikkeiden kautta. Vähittäiskauppojen osuus on 17 prosenttia. Suoramyyntin ja ruokapalveluita tuottaville yrityksille ja yhteisöille tapahtuvan myynnin kautta kertyy kummastakin noin pari prosenttia elintarvikeyritysten liikevaihdosta. Vaikka suoramyyntin osuus koko maakunnan elintarviketuotannon myynnistä on vähäinen, lähes 40 prosentille yrityksistä se on tärkein myyntikanava (toisin sanoen yli puolet yrityksen liikevaihdosta kertyy suoramyyntistä). Sama pätee vähittäiskauppojen kohdalla.

Pohjois-Karjalan elintarvikeyritysten tuotannosta noin kuusi prosenttia on nykyisin luomutuotantoa (kuvio 63). Osuuden arvioitiin kasvavan huomattavasti, 34 prosenttiin vuoteen 2020 mennessä. Muutamat yritykset arvioivat liikevaihtonsa kasvavan merkittävästi kyseisenä ajanjaksona, ja samalla ne pyrkivät nostamaan luomutuotannon määrää olennaisesti.

Luomuun liittyen vastauksissa kerrottiin, että osa raaka-aineista voi olla luomutuotannon periaatteiden mukaisesti tuotettua, mutta raaka-aineille ei ole haettu luumustatusta. Lisäksi vastauksissa pohdittiin järvikalojen luomumerkintää. Vastauksissa kiinnitettiin huomiota myös luomuraaka-aineiden hintaan: kiinnostuksesta huolimatta esimerkiksi pienille yrityksille voi olla taloudellisesti mahdotonta nostaa luomuraaka-aineiden käytön osuutta. Vastauksissa kerrottiin myös luomuelintarvikkeiden myynnissä havaituista, tuotteiden korkeammasta hinnasta johtuvia ongelmista.

*”Käyttämämme järvikalat ovat käytännössä 100% luomua, mutta ei ole virallisesti luomu merkintää myönnetty. Melkosen kova kädenväntö on asiasta menossa.”*

(Kalanjalostaja, alle kymmenen työntekijää, Pohjois-Karjala)

*”Ilman luomua rehuviljojen kasvatusta kannattaa suomen oloissa, samoin vitamiinit rehussa ovat elintärkeitä tuottavalle toiminnalle. En usko luomuun Suomen oloissa.”*

(Lihat tuotteiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Pohjois-Karjala)

*”Luomua ollaan kokeiltu joskus, mutta melko kallista ja työllistää yrittäjää paperien ym. suhteen aikalailla.”*

(Leipomotuotteiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Pohjois-Karjala)

*”-- Luomussa on se hintapuoli, että kallista tehdä ja hinta kohillaan sitten myös kun menee kuluttajille, eikä tahdo mennä kaupaksi. Kyllä uskon että ennemmin lähiruoka, paikallisuus ja kotimaisuus sekä puhtaat raaka-aineet ovat niitä tulevaisuuden suuntauksia, eikä niinkään luomu pelkiltään. Tai ainakin pitäisi hintojen muuttua kilpailukykyisemmiksi ja tuotantotapojen kehittyä tämän asian suhteen, että olisi kannattavaa.”*

(Leipomotuotteiden valmistaja, alle 30 työntekijää, Pohjois-Karjala)

Suurin osa vastaajista – 77 prosenttia – arvioi yrityksensä liikevaihdon kasvavan vuoteen 2020 mennessä. Suunnilleen neljännes vastaajista puolestaan ennakoivat liikevaihdon pysyvän nykyisellä tasolla. Kasvua tavoittelevista yrityksistä useampi kuin yksi kolmesta arvioi kasvuprosentin olevan alle 20, toinen kolmannes esitti 20–50 prosentin kasvua kyseisellä ajanjaksolla. Noin joka kuudes arvioi kasvua tapahtuvan 50–100 prosenttia. Loput (eli noin kuudennes kasvua arvioineista yrityk-





Kaloja juhlavasti tarjolla. (Kuva: ProAgria Pohjois-Karjala, Karelia à la carte -verkosto)



sistä) pyrkii moninkertaistamaan liikevaihtonsa vuoteen 2020 mennessä.

Pohjois-Karjalan elintarvikealan yritykset arvioivat liikevaihtonsa kasvavan keskimäärin 42 prosenttia vuoteen 2020 ulottuvalla ajanjaksolla. Arvioiden taustoihin liittyen vastaajat kertoivat, että heidän liikevaihtonsa on kehittynyt useiden vuosien ajan myönteiseen suuntaan ja toteutetut markkinointitoimenpiteet alkavat näkyä liikevaihdon kasvussa. Kasvuarvioita perusteltiin myös tuotannon ja tuotevalikoiman laajentamisella. Muutamat yrittäjät kertoivat, että he ovat jäämässä eläkkeelle lähivuosina, mutta vastausten perusteella näille yrityksille oli pääsääntöisesti tiedossa jatkava yrittäjä.

Kyselyssä selvitettiin myös elintarvikeyritysten näkemyksiä muutostrendeistä, jotka vaikuttavat merkittävimmin yritystoimintaan vuoteen 2020 mennessä. Pohjois-Karjalassa vastaajat keskittyivät kuluttajakäyttäytymisessä havaittaviin muutoksiin. Lähiruoan suosion kasvaminen sai vastauksissa eniten mainintoja. Luomutuotteiden kasvava kysyntä, terveellisuuden korostaminen, elintarvikkeiden puhtaus ja kotimaisuuden vahvistuva arvostus mainittiin myös toistuvasti vastauksissa. Vastausten mukaan asiakkaat kiinnostavat yhä enemmän huomiota ruoan taustoihin, kuten tuotantotapojen eettisyyteen ja kestävyYTEEN. Merkittävimmiksi muutostrendeiksi nimettiin niin ikään ruoka-aineallergioiden (esimerkiksi keliakin) yleistyminen, uusien ruokakategorioiden syntyminen ja ruokakulttuurin muuttuminen esimerkiksi maahanmuuton myötä. Vastauksissa ennakoitiin, että asiakkaat suosivat yhä laajempaa tuotevalikoimaa, erikoistuotteita, lisäaineettomia elintarvikkeita ja luonnon tuotteita. Ruokaa tehdään enenevästi itse, osin kiristyvän taloustilanteen takia. Myös esimerkiksi ruokapiirien organisoinnissa tapahtuvat muutokset voivat vaikuttaa elintarvikeyritysten toimintaan.

Vastaajat kuvasivat myös muutostrendejä, jotka liittyvät enemmänkin yritysten omaan kehittymiseen sekä laajemmin toimintaympäristössä tapahtuviin muutoksiin. Tuotevalikoiman kehittäminen, tuotannon laajentaminen ja uudelleenjärjestäminen, uusien asiakasryhmien hankkiminen, matkailijoiden määrän kasvaminen ja myyntikanavien painotuksen muuttaminen näkyvät monin tavoin useiden kyselyyn osallistuneiden yritysten toiminnassa. Lisäksi esimerkiksi yrittäjän ikääntyminen tuo muutoksia yritystoimintaan. Vastauksissa kiinnitettiin huomiota yleiseen taloustilanteeseen ja asiakkaiden maksuvalmiuteen, joka muuttaa elintarvikkeiden kysyntää. Yrityksen kotipaikkakunnan asukasmäärän pieneneminen

ja asiakaskunnan ikääntyminen vaikuttavat yritysten asiakaskuntaan. Lainsäädännössä ja poliittisissa päätöksissä tapahtuvat muutokset vaikuttavat niin ikään yritystoimintaan, kuten myös yritysten välisen kilpailun kehittyminen.

*”Arvostus lähiruokaa kohtaan kasvaa, myös eettisyys vaikuttaa. Ihmiset arvostavat tulevaisuudessa puhdasta lähellä tuotettua ruokaa, ilman lisä-aineita. Hinta ei myöskään nouse kuin kaupan lihat, kun välikädet ja ketjut on minimissä. Laadukas lihatuote tulee läheltä!”*

(Lihat tuotteiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Pohjois-Karjala)

*”Luonnonmukaisuus, maakunnallisuus, puhtaat raaka-aineet.”*

(Juomien valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Pohjois-Karjala)

Puolek kyselyyn osallistuneista Pohjois-Karjalan elintarvikeyrityksistä ilmoitti, että ympäristövastuun kantaminen on niille erittäin tärkeää. Ympäristökysymykset ovat melko tärkeitä 31 prosentille, tärkeitä 17 prosentille ja vain vähän tärkeitä kahdelle prosentille (eli yhdelle vastaajalle) kyselyyn vastanneista yrityksistä. Käytännön toiminnassa ympäristövastuun kantaminen näkyy useimmissa yrityksissä prosessien kehittämisenä sekä jätteiden lajittelemisena ja kierrättämisenä. Pakkausratkaisut, kuljetusmatkojen optimointi, raaka-ainevalinnat sekä resurssien tehokas käyttäminen nähtiin hyviksi keinoiksi, joilla huolehtia ympäristöstä. Ympäristönäkökohdat huomioidaan myös investointipäätöksiä tehtäessä. Kalatalouden parissa toimivat yritykset voivat osallistua hoito- ja kalastukseen ja huolehtia siten vesistöjen tilasta. Vastauksissa kiinnitettiin huomiota siihen, että yritykset kantavat ympäristövastuuta vähintään lainsäädännön velvoittamassa määrin. Yrityksissä voi olla käytössä myös erilaisia ympäristöohjelmia ja sertifikaatteja. Luonnonprosessiin perustuvasa alkutuotannossa ympäristöstä huolehtimisen tärkeys korostuu. Vastauksissa kuvattiin ympäristövastuun kokonaisvaltaiseksi tehtäväksi. Eräs maataloustuotteiden valmistaja totesi ytimekkäästi, että käytännössä ympäristövastuun kantaminen näkyy ”asenteiden muutoksena”.

*”Ympäristöstä vastuun ottamista, jätteiden kierrätys, ostot ja myynti lähialueille ettei kuljetuskustannukset ja siitä tuleva hiilijalanjälki olisi suuri”*

(Muiden elintarvikkeiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Pohjois-Karjala)

*”En käytä kemikaaleja enkä myrkkyyä kasvin-  
”suojelussa” enkä lannoituksessa. Pidän huo-  
len maan kasvukunnon, pieneliöstön toimin-  
taedellytyksistä vuoroviljelyllä, sekä katteilla.”*  
(Hedelmien, kasvien ja marjojen jalostaja, alle  
kymmenen työntekijää, Pohjois-Karjala)

*”Onhan se ajatuksena todella tärkeä. Se onkin  
sitten eri asia miten käytännössä pystyy to-  
teuttamaan, että erittäin hyvin vaiko miten?  
Meillä ollaan kyllä itse asiassa tuotantoa jär-  
jestämässä energiaa ja tietenkin myös raaka-  
aineita säästävään suuntaan.”*  
(Leipomotuotteiden valmistaja, alle 30 työnteki-  
jää, Pohjois-Karjala)

Vastuu paikallisyhteisöstä on niin ikään tärkeää maakunnan elintarvikealan yrityksille. Erittäin tärkeitä nämä aiheet ovat 40 prosentille, melko tärkeitä 30 prosentille ja tärkeitä 26 prosentille vastaajista. Kaksi yritystä ilmoitti kokevansa, että heidän toiminnassaan yhteisövastuuseen liittyvät kysymykset ovat vain vähän tärkeitä. Käytännös-  
sä paikallisyhteisöstä kannetaan vastuuta monin tavoin. Vastauksissa korostui se, että yritykset osallistuvat yhteisössä järjestettäviin tapahtumiin, ovat aktiivisesti mukana erilaisten järjestöjen toiminnassa ja sponsoroivat esimerkiksi alueen nuorisotyötä. Yhteistyön kautta yritykset vahvis-  
tavat osaltaan alueen elinvoimaisuutta ja vetovoimaisuutta. Lisäksi yritykset työllistävät paikallisia suoraan omassa yritystoiminnassaan sekä esimer-  
kiksi hankkimalla lähellä tuotettuja raaka-aineita. Yritykset tarjoavat yhteisönsä jäsenille korkealaa-  
tuisia tuotteita ja joustavia palveluita.

*”Työllistän paikallisia työntekijöitä ja tuotan  
puhdasta ja elinvoimaista lähiruokaa paikal-  
lisille”*  
(Hedelmien, kasvien ja marjojen jalostaja, alle  
kymmenen työntekijää, Pohjois-Karjala)

*”Se että alueella tohinaa ja elämää vaikuttaa  
ylipäättään alueen turismiin ja myös meidän  
asiakkaisiin/ puolin ja toisin: toisaalta tuom-  
me alueelle elämää, toisaalta muut aluetta  
elävöittävät toimijat tuovat meille asiakkaita.”*  
(Juomien valmistaja, alle kymmenen työntekijää,  
Pohjois-Karjala)

*”Paikalliset ravintolat ostaa paljon tuotteitam-  
me myyntiin, myös muiden toimijoiden kans-  
sa on vahvaa yhteistyötä. Paikallisyhteisön*

*merkitys oltava erittäin tärkeä, jos meinaa  
että homma kannattaa.”*

(Juomien valmistaja, alle kymmenen työntekijää,  
Pohjois-Karjala)

*”Paikallisia työttömiä työllistävä ja paikallisia  
tuotteita käyttävät yritykset tarvitsevat val-  
tion tukea pystyäkseen tasa-arvoiseen kilpai-  
luun tuotteineen.”*

(Maitotuotteiden valmistaja, alle kymmenen  
työntekijää, Pohjois-Karjala)

Julkisen sektorin tarjouspyyntöön on jossain vai-  
heessa vastannut 28 prosenttia kyselyyn osallistu-  
neista Pohjois-Karjalan elintarvikealan yrityksistä.  
Kaikki vastaukset on annettu itsenäisesti eli ilman  
muiden yritysten kanssa tehtävää yhteistyötä. Suu-  
rin osa (72 %) yrityksistä ei siis ole osallistunut  
julkisen sektorin elintarvikehankintoja koskevaan  
kilpailutukseen. Useimmiten syyksi ilmoitettiin  
kapasiteetti: yritysten tuotanto ei riittä kattamaan  
tarjouksissa pyydettyjä määriä. Lisäksi useat yri-  
tykset kertoivat, että niiden tuotteista ei ole teh-  
ty tarjouspyyntöä. Joidenkin yritysten kohdalla  
tämä johtuu siitä, että yritysten tuotevalikoima ei  
sovellu julkiskeittiöiden käyttöön. Tämä kertoo  
mahdollisesti myös siitä, että yritykset eivät täysin  
ymmärrä julkisen sektorin hankintamenettelyjä  
eikä HILMA<sup>76</sup> ole yrityksille tuttu. Vastauksissa  
kiinnitettiin huomiota myös siihen, että julkisen  
sektorin maksamilla hinnoilla elintarvikkeiden  
toimittaminen julkiskeittiöihin voi olla yritysten  
näkökulmasta taloudellisesti kannattamatonta.  
Lisäksi tarjouspyynnöt ja niihin vastaaminen voi-  
daan kokea turhan hankalaksi, mikä estää yrityk-  
siä lähtemästä mukaan kilpailutusprosessiin.

*”Toivoisimme saavamme tarjouspyyntöjä  
välitettynä niin, että myös pieni yritys ym-  
märtää ne ja voi antaa tarjouksen. Koska  
kapasiteetti on rajallista, toivomme julkisten  
toimijoiden verkottavan yritykset ja palaste-  
levan tarjouspyynnöt niin että pienyritykset  
voivat antaa siihen osansa.”*

(Hedelmien, kasvien ja marjojen jalostaja, alle  
kymmenen työntekijää, Pohjois-Karjala)

<sup>76</sup> HILMA on työ- ja elinkeinoministeriön ylläpitämä maksuton, sähköinen ilmoituskanava, jossa hankintayksiköt ilmoittavat julkisista hankinnoistaan. (<http://www.hankintailmoitukset.fi/fi/>)

*Ei olla useampaan vuoteen laitettu tarjousta, ollaan niin pieni yritys ettei ole oikein varaa lähteä hinnalla kilpailemaan, jotenkin turhauttavaa kun ei ole koskaan tarjous napsahnut meille.*

(Leipomotuotteiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Pohjois-Karjala)

*”-- viimeisiin viiteen vuoteen ei olla edes avattu asiaa, kun kaikki alko menemään netin kautta, että ei tullut enää paperipostia. Netissä kuitenkin kanavat ovat semmosia, että helpompi myydä suoraan, kun tehdä esim. tarjous julkiselle. Toki toimitetaan julkiselle tilaus jos haluavat ostaa, mutta ihan siihen normaaliin ovi-hintaan, ei tehdä mitään tarjouksia.”*

(Leipomotuotteiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Pohjois-Karjala)



Sultinat ovat parhaimmillaan tuoreena. (Kuva: ProAgria Pohjois-Karjala, Karelia à la carte -verkosto)

### 3.12.3 HANKINTARENKAILE JA -YKSIKÖILLE LÄHETETYN KYSELYN TULOKSIA

Pohjois-Karjalasta kaksi hankintarengasta tai -yksikköä vastasi niille osoitettuun kyselyyn.<sup>77</sup> Lähiruoan osuus Pohjois-Karjalan julkiskeittiosektorilla käytettävistä elintarvikkeista on tällä hetkellä 11 prosenttia. Vastaajat ostavat vuosittain elintarvikkeita omasta maakunnasta noin 1,1 miljoonan euron arvosta. Muualta Suomesta ostetaan 52 prosenttia ja ulkomailta 36 prosenttia elintarvikehankinnoista. Omasta maakunnasta hankitaan eniten leipomotuotteita sekä hedelmä-, kasvis- ja marjatuotteita (kuvio 64). Tärkeimmiksi omasta maakunnasta hankittaviksi elintarvikkeiksi vastaajat nimesivät leivät, perunat ja marjat sekä vihannekset ja juurekset.

Vastauksissa huomautettiin, että vuoden aikana jakaumat voivat olla erilaiset riippuen sesongeista. Vastauksista ilmenee myös se, että hankintarengas on voinut sopia elintarviketoimituksista suomalaisen toimittajan (yleensä tukkuliike) kanssa, minkä jälkeen toimittaja päättää, mistä elintar-

<sup>77</sup> Ainoastaan toinen vastaajista ilmoitti, missä suhteessa sen elintarvikehankinnat sisältävät eri toimialojen tuotteita (esim. lihatuotteet, kalatuotteet). Näin ollen kyseinen vastaaja ei ole mukana tuloksissa, jotka kuvaavat toimialakohtaisesti, missä suhteessa hankintayksiköt ostavat elintarvikkeensa omasta maakunnastaan, muualta Suomesta tai ulkomailta. Vastaajan hankinnat ovat mukana tuloksissa, joissa kuvataan koko maakunnan elintarvikehankintojen jakautumista eri alueille.

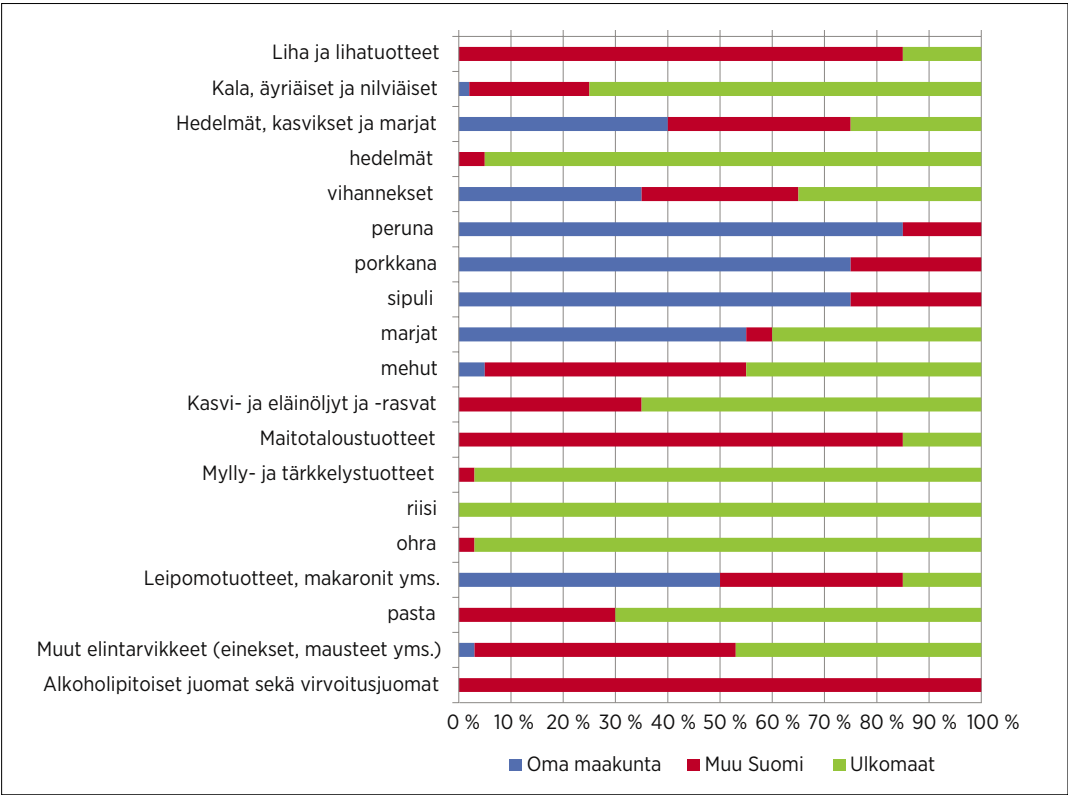
Toimialakohtaisesti on siis saatu vain yksi vastaus. Kyseisen vastaajan hankinnat kattavat kuitenkin suurimman osan Pohjois-Karjalan hankinnoista, joten poikkeuksellisesti yhden vastaajan vastauksiin perustuvat tulokset raportoidaan. Kyseisen vastaajan elintarvikehankinnat ovat euromääräisesti suuret verrattuna toisen vastaajan hankintojen määrään, joten toimialakohtaiset tiedot toisen vastaajan hankinnoista eivät muuttaisi merkittävästi tuloksia.

vikkeet hankkii. Toisin sanoen hankintarengas ei yksin päättä hankintojensa kotimaisuus- tai paikallisuusasteesta. Samasta syystä johtuen kyselyyn vastaaminen on voitu kokea hankalaksi.

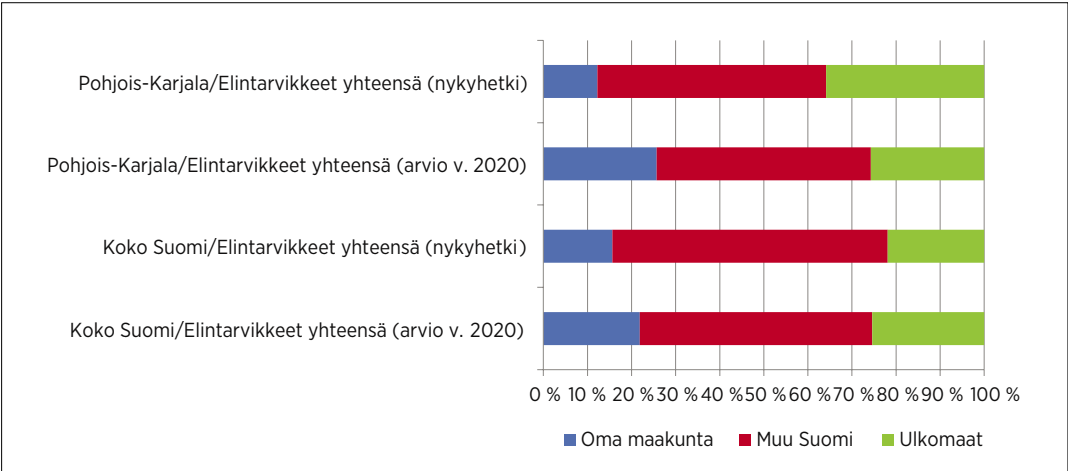
Vastaajat arvioivat, että vuonna 2020 lähes 26 prosenttia elintarvikehankinnoista tehdään omasta maakunnasta (kuvio 65). Muualta Suomesta hankitaan arvion mukaan yli 48 prosenttia ja ulkomailta lähes 26 prosenttia julkiskeittioiden käyttämistä elintarvikkeista. Tällä hetkellä Pohjois-Karjalassa paikallisuus- ja kotimaisuusaste on hieman keskimääräistä pienempi. Lähiruoan osuuden arvioitiin kuitenkin kasvavan maan keskimääräistä arviota voimakkaammin, ja vuoteen 2020 mennessä kotimaisuusasteen arvioitiin saavuttavan keskimääräisen tason.

Luomutuotteiden osuus Pohjois-Karjalan elintarvikehankinnoista on nykyisin hieman yli prosentti (kuvio 66). Vastaajat arvioivat, että vuonna 2020 luomutuotteiden osuus hankinnoista kasvaa noin kolmeen prosenttiin. Pohjois-Karjalan nykyinen ja vuodelle 2020 arvioitu luomuosuus on keskimääräistä pienempi.

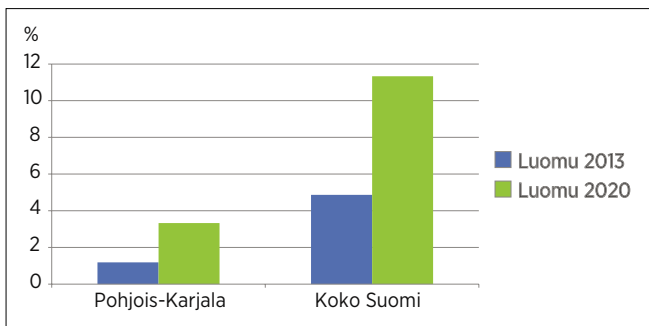
Pohjois-Karjalan vastaajat korostavat lähiruoan käytön kasvamista muutostrendinä, joka vaikuttaa merkittävästi elintarvikehankintoihin vuoteen 2020 mennessä. Lähiruoan suosion taustalta vastaajat tunnistavat päättäjiä ja käyttäjiä kiinnostuksen turvallisista ja terveellisistä elintarvikkeista kohtaan. Vastauksissa ennakoita myös, että esimerkiksi lihatuotteiden osalta annoskokoja kehitetään siten, että hävikin määrä vähenisi.



Kuvio 64. Pohjois-Karjalan hankintarenkaiden ja -yksiköiden hankintojen jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille.



Kuvio 65. Pohjois-Karjalan hankintarenkaiden ja -yksiköiden hankintojen jakautuminen eri alueille vuosina 2013 ja 2020.



**Kuvio 66.** Pohjois-Karjalan hankintarenkaiden ja -yhtiöiden luomuhankintojen osuus vuosina 2013 ja 2020.

Kumpikin vastaaja osallistuu yhteisiin suunnittelukokouksiin ruokapalveluvastaavien ja elintarvikealan yritysten kanssa. Kokouksia järjestetään myös tukkuliikkeiden kanssa. Vastaajien mukaan lähiruoan käyttöä julkiskeittisektorilla voidaan parhaiten edistää kehittämällä elintarvikehankinnoissa käytettäviä toimintatapoja ja lisäämällä suurkeittioihin sopivien elintarvikkeiden tuotantoa. Kotimaisia ja paikallisia elintarvikkeita on vastausten perusteella mahdollista tarjota hintakilpailun ulkopuolella. Mahdollisuuksien hyödyntämiseksi tarvitaan hankintaosaamista lisäävää koulutusta ja ohjeistusta sekä toimintatapojen vakiinnuttamista. Vastauksista välittyä tyytyväisyys siitä, että elintarvikehankintojen kehittämiseksi tehdään nyt konkreettisia toimenpiteitä. Lähiruoan osuuden kasvattaminen edellyttää, että tärkeimmät toimijat ja yhteistyötahot tekevät tarvittavia päätöksiä ja sitoutuvat lähiruoan käyttämisen lisäämiseen. Vastauksissa toivottiin myös, että lähialueilla olisi enemmän elintarvikkeita jalos-

tavaa teollisuutta. Lisäksi vastauksissa esitettiin, että elintarvikealan yritysten ja julkiskeittioiden välinen yhteistyö tuotteiden ja pakkausten kehittämiseksi on hyvä keino lisätä lähiruoan käyttöä julkiskeittisektorilla.

### 3.12.4 MAATALOUDEN JA ELINTARVIKETEOLLISUUDEN ALUETALOUDELLISET VAIKUTUKSET

#### 3.12.4.1 Nykytilanteen vaikutukset

Maataloudella ja elintarviketaloudella on merkittävä vaikutus Pohjois-Karjalan aluetalouteen. Maatalouden vaikutus maakunnan työllisyyteen on erityisen suuri, jopa yli kahdeksan prosenttiyksikköä. Tämä tarkoittaa jopa yli 5 400 henkilötyövuotta. Maakunnan bruttokansantuotteeseen maatalouden vaikutus on lähes 200 miljoonaa euroa, eli lähes viisi prosenttiyksikköä.

**Taulukko 36.** Maatalouden ja elintarviketeollisuuden vaikutukset Pohjois-Karjalassa.

Toimiala	BKT (%-yksikköä)	BKT (milj. euroa)	Työllisyys (%-yksikköä)	Työllisyys (htv)
<b>MAATALOUS</b>	<b>4,82</b>	<b>199,07</b>	<b>8,03</b>	<b>5404</b>
Lihanjalostus ja teurastus	0,39	16,12	0,43	291
Kalanjalostus	0,06	2,30	0,04	29
Hedelmien, marjojen ja vihannesten jalostus	0,03	1,08	0,02	15
Maitotuotteiden valmistus	2,63	108,66	2,06	1386
Myllytuotteiden valmistus	0,01	0,38	0,01	8
Leipomotuotteiden valmistus	1,73	71,42	1,02	689
Muu elintarvikkeiden valmistus	0,41	16,94	0,21	138
Eläinten ruokien valmistus	0,02	0,80	0,02	14
Juomien valmistus	0,04	1,47	0,04	28
<b>ELINTARVIKETEOLLISUUS YHTEENSÄ</b>	<b>5,30</b>	<b>219,17</b>	<b>3,86</b>	<b>2597</b>

Elintarviketeollisuuden vaikutus maakunnan talouteen on taas hieman suurempaa kuin vaikutus työllisyyteen. Bruttokansantuotteeseen elintarviketeollisuuden vaikutus on 5,3 prosenttiyksikköä eli lähes 220 miljoonaa euroa. Työllisyyteen vaikutus on Pohjois-Karjalassa hieman alle neljä prosenttiyksikköä eli noin 2 600 henkilötyövuotta. Merkittävimmäksi elintarviketeollisuuden alatoimialaksi Pohjois-Karjalassa nousee maitotuotteiden valmistus, joka vastaa yksin noin puolesta maakunnan talous- ja työllisyysvaikutuksista. Myös leipomotuotteiden valmistus on kohtalaisen merkittävässä asemassa pohjoiskarjalaisessa elintarviketaloudessa.

Maatalouden työllisyyskerroin on Pohjois-Karjalassa 1,1, jolloin yksi alkutuotannon työntekijä työllistää kerroinvaikutusten kautta 0,1 muuta. Vastaavasti elintarviketeollisuuden työllisyyskerroin on 2,9, jolloin yksi elintarviketeollisuuden työntekijä työllistää kerroinvaikutusten kautta 1,9 muuta: muuhun ruokaketjuun 1,3 ja muille toimialoille 0,6 henkilöä.

3.12.4.2 Tulevaisuuden vaikutukset

Pohjois-Karjalasta kyselyyn vastanneet hankintarenkaat ilmoittivat hankkivansa tällä hetkellä 11 prosenttia elintarvikkeista omasta maakunnasta. Ne arvioivat, että vuonna 2020 oman maakunnan hankintojen osuus olisi 25,7 prosenttia eli lähituotteiden hankinnassa olisi odotettavissa melko suurta kasvua. Tällä hetkellä hankintarenkaiden elintarvikkeiden kokonaishankintojen arvo oli 9,86

miljoonaa euroa, joista oman maakunnan hankintoihin käytettiin 1,1 miljoonaa euroa. Tulevaisuudessa oman maakunnan elintarvikehankintojen arvo nousisi 2,534 miljoonaan euroon. Muutos oman maakunnan tuotteisiin käytetyssä rahamäärässä olisi siis 1,5 miljoonaa euroa.

Jos Pohjois-Karjalan hankintarenkaat käyttäisivät tuon arvioimansa noin 1,5 miljoonaa euroa lisää oman maakunnan elintarvikehankintoihin, vaikuttaisi se alueen työllisyyteen 28 henkilötyövuotta. Näin ollen sataatuhatta euroa kohden, joka käytetään paikallisten elintarvikkeiden ostoon, vaikutetaan maakunnan työllisyyteen 1,9 henkilötyövuoden verran, kun otetaan huomioon myös kerroinvaikutukset. Työllisyysvaikutusten lisäksi paikallisten elintarvikkeiden käyttö julkisissa keittöissä vaikuttaa myös alueen talouteen. Pohjois-Karjalan osalta vaikutus bruttokansantuotteeseen olisi 1,8 miljoonaa euroa, jos julkisia elintarvikehankintoja kohdistettaisiin omaan maakuntaan lisää noin 1,5 miljoonaa euroa.

**Taulukko 37.** Tulevaisuuden (v. 2020) vaikutukset Pohjois-Karjalan työllisyydelle ja taloudelle nykytilanteeseen nähden.

	Paikallisten tuotteiden käytön vaikutukset
Vaikutus työllisyyteen (htv)	28
Vaikutus työllisyyteen (htv) / 100 000 €	1,9
Vaikutus BKT:hen (milj. €)	1,8

### 3.13 POHJOIS-POHJANMAA

#### 3.13.1 MAATALOUS JA ELINTARVIKE-TEOLLISUUS POHJOIS-POHJAN-MAALLA

Maatalous on ollut perinteisesti keskeinen työllistäjä Pohjois-Pohjanmaalla. Rakennemuutoksen vaikutuksesta maatilojen määrä on kuitenkin vähentynyt selvästi. Vuodesta 2000 vuoteen 2012 maatilojen lukumäärä on laskenut maakunnassa 6 534:stä 5 047:ään eli noin 22,8 prosenttia. (Toimiala Online, 2013.) Samalla tilojen keskipeltoala on noussut (Matilda 2013). Alkutuotannon ja jalostuksen työpaikkojen vähentyessä myös elintarviketun palvelualueiden työpaikat ovat lisääntyneet. Ravitsemispalveluiden koko Suomen alueen työllisistä oli vuonna 2011 noin 5,7 prosenttia Pohjois-Pohjanmaalla. (Niemi & Ahlstedt, 2013.) Pohjois-Pohjanmaa on vahva lypsykarjatalous- ja muu nautakarjatalousalue, mutta maakunnassa on merkittävästi myös viljanviljelyä ja muuta kasvituotantoa sekä koko Suomen mittakaavassa katsottuna lammis- ja vuohitaloutta. (Matilda, 2013.)

Luomuhehtaareilla mitattuna Pohjois-Pohjanmaa on Suomen suurin luomumaakunta. Luo-

muvalvonnassa on 425 tilaa ja 24 311 hehtaaria, ja tälle vuodelle luomupinta-ala kasvoi reilut 2 000 hehtaaria. Pohjois-Pohjanmaan kunnista Haapavesi on suurin luomun tuottaja. Kunnan alueella sijaitsee 44 luomutilaa ja 3 300 hehtaaria luomuviljeltyä peltopinta-alaa. Kunnan koko tukikelpoisesta peltoalasta on luomussa noin 25 prosenttia. Koko Suomen luomupinta-alasta noin 12 prosenttia viljellään Pohjois-Pohjanmaalla. Nautakarjatalous luo erityisen hyvät edellytykset luomuviljelyn lisääntymiseen Pohjois-Pohjanmaalla. (Helkimo, 2013.)

Vuonna 2012 Pohjois-Pohjanmaalla oli 5 047 maatilaa, joista eniten oli viljanviljelyn (1 715 tilaa), lypsykarjatalouden (1 470 tilaa) ja muun kasvituotannon (982 tilaa) tiloja. Viljelijöitä maakunnassa oli vuonna 2012 yhteensä 4 672. Pohjois-Pohjanmaalla on koko maan keskiarvoa enemmän lypsykarjatalouden, muun nautakarjatalouden, lammis- ja vuohitalouden, muun kasvituotannon ja muun tuotannon maataloja suhteessa tilojen määrään. Viljanviljelyn osuus sen sijaan on Pohjois-Pohjanmaalla selvästi pienempi kuin koko maassa keskimäärin. (Matilda, 2013.)

Elintarvikkeita jalostavien yritysten määrä Pohjois-Pohjanmaalla on noussut vuodesta



Viljaa viljelee Pohjois-Pohjanmaalla yli 1700 tilaa. (Kuva: Pasi Komulainen)



2006 noin 200 yrityksestä 241:een vuoteen 2012 mennessä. Noin 90 prosenttia yrityksistä oli korkeintaan yhdeksän työntekijää työllistäviä. (Ruoka-Suomi, 2013.) Elintarvikkeiden ja juomien jalostuksen henkilöstöä oli Pohjois-Pohjanmaalla vuonna 2011 yhteensä 1 818 ja liikevaihto oli noin 573 miljoonaa euroa. (Toimiala Online, 2013.) Elintarvikealan alatoimialoista eniten toimipaikkoja on leipomotuotteiden sekä marjojen ja vihannesten jalostuksessa. (Ruoka-Suomi, 2013.) Maitotaloustuotteiden valmistus on kuitenkin henkilöstömäärään katsottuna suurin työllistävä toimiala maakunnassa työllistäen 643 henkilöä. Toinen merkittävä työllistäjä maakunnassa on leipomotuotteiden, makaronien yms. valmistus, joka työllistää 582 henkilöä. Myös suurin liikevaihto on maitotaloustuotteiden valmistuksessa, noin 313 miljoonaa euroa. (Toimiala Online, 2013.)

**Taulukko 38.** Pohjois-Pohjanmaan elintarvikealan toimipaikat.

Toimiala	Yritykset 2013 (kpl) <sup>78</sup>	Yritykset 2012 (kpl) <sup>79</sup>
Teurastus, lihan käsittely ja lihatuotteiden valmistus	37	18
Kalan, äyriäisten ja nilviäisten jalostus ja säilöntä	36	8
Hedelmien ja kasvien jalostus ja säilöntä	46	21
Maitotaloustuotteiden valmistus	17	9
Mylly- ja tärkkelystuotteiden valmistus	11	3
Leipomotuotteiden, makaronien yms. valmistus	66	38
Muiden elintarvikkeiden valmistus	5	24
Juomien valmistus	23	9
<b>Yhteensä</b>	<b>241</b>	<b>130</b>

### 3.13.2 YRITYSKYSELYN TULOKSIA

Pohjois-Pohjanmaalta yrityskyselyyn vastasi yhteensä 47 elintarvikealan yritystä. Vastaajista 13 oli leipomotuotteiden valmistajia. Yksikään kyselyyn osallistunut yritys ei tuottanut päätoimisesti kasvi- ja eläinöljyjä ja -rasvoja. Loput yritykset jakautuivat melko tasaisesti muille alatoimialoille.

Pohjoispohjalaisten yritysten tuotannon raaka-aineista keskimäärin 29 prosenttia tulee omasta

maakunnasta. Varsinkin maitotaloustuotteiden jalostuksessa oman maakunnan raaka-aineiden osuus on suurin, yli 70 prosenttia (kuvio 67). Muualta Suomesta ostetaan keskimäärin 56 prosenttia tuotannon raaka-aineista ja ulkomailta 15 prosenttia.

Vastausten perusteella useat elintarvikeyritykset tuottavat päätoimialaansa kuuluvien tuotteiden lisäksi muihin alatoimialoihin<sup>80</sup> luettavia tuotteita. Raportoiduissa tuloksissa on huomioitu kaikkien yritysten vastaukset riippumatta siitä, kuinka suuri osa yrityksen liikevaihdosta kertyy kyseiseltä alatoimialalta. Jos tuloksissa huomioitaisiin ainoastaan yritysten päätoimialojaan koskevat vastaukset, omassa maakunnassa tuotettujen raaka-aineiden osuus ostoista saattaisi olla huomattavasti suurempi.<sup>81</sup>

Vastaajista 80 prosenttia arvioi, että paikallisia raaka-aineita käytetään jatkossa suunnilleen yhtä paljon kuin nykyisinkin. Omasta maakunnasta hankittavien raaka-aineiden osuuden arvioitiin kasvavan 18 prosentissa yrityksistä. Yksi yritys (2 prosenttia vastaajista) arvioi, että paikallisten raaka-aineiden osuus pienenee tulevaisuudessa. Monet vastaajat kertoivat, että yritys tuottaa itse elintarvikkeiden jalostuksessa käyttämänsä pääraaka-aineet. Vastauksissa todettiin, että yritykset voivat tietää käyttävänsä kotimaisia raaka-aineita, mutta niiden alkuperän tarkempi määrittäminen ei ollut yrityksille mahdollista. Lisäksi vastauksissa huomautettiin, että kaikkia yritysten tarvitsemia raaka-aineita ei tuoteta oman maakunnan alueella eikä välttämättä muuallakaan Suomessa. Joitakin raaka-aineita tuotetaan lähialueilla, mutta tuotanto ei riitä kattamaan yritysten kaikkia tarpeita.

*”Ei intressejä siirtää tuotantoa muualle, koska tältä alueelta saatavana Suomen paras raaka-aine.”*

(Hedelmien, kasvien ja marjojen jalostaja, alle kymmenen työntekijää, Pohjois-Pohjanmaa)

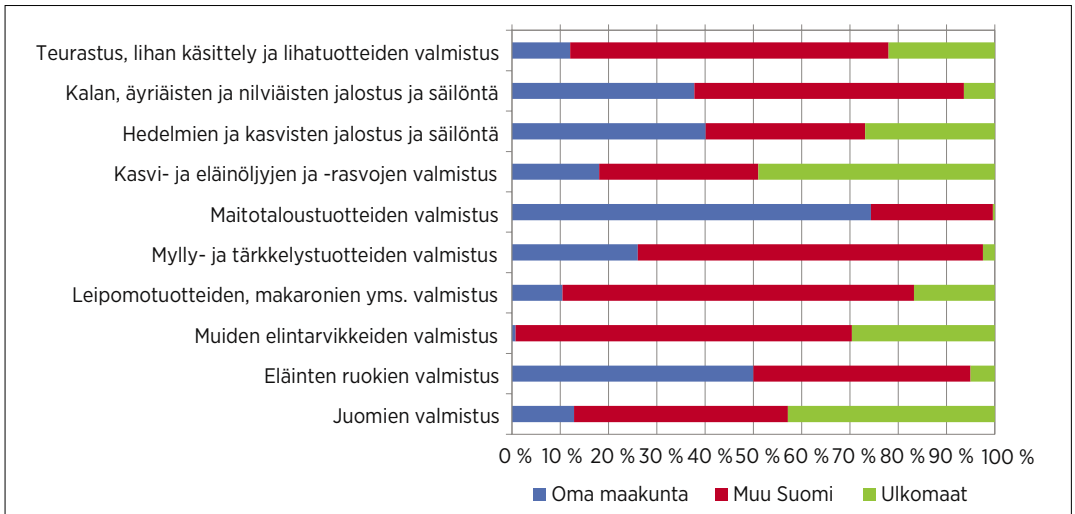
Pohjois-Pohjanmaan elintarvikealan yritykset myivät keskimäärin 42 prosenttia tuotteistaan omaan maakuntaan. Erityisesti hedelmien ja vihannesten jalostuksessa sekä leipomotuottei-

<sup>80</sup> Alatoimialoja ovat lihatuotteiden valmistus, kalan jalostus jne.

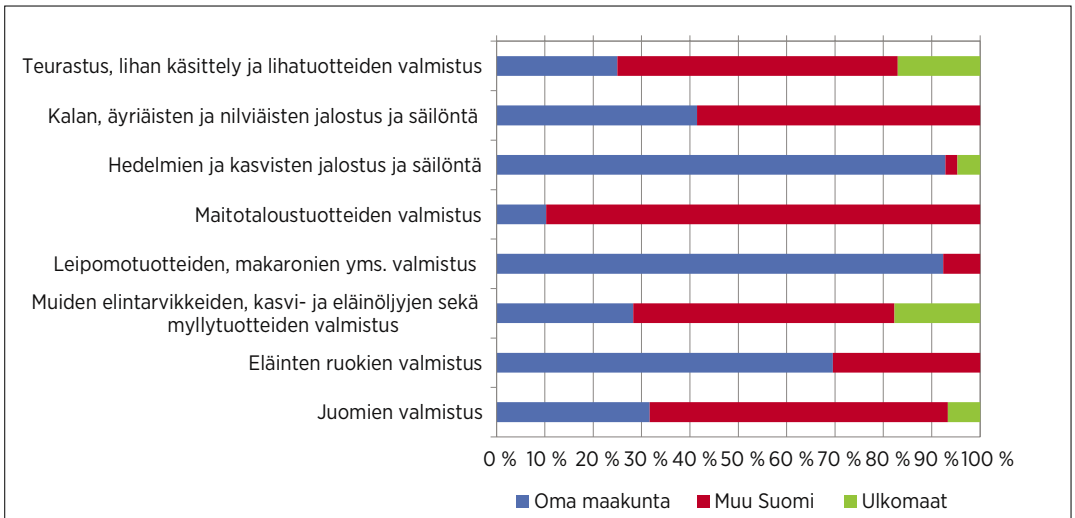
<sup>81</sup> Erityisesti hedelmien, kasvien ja marjojen jalostuksen sekä maito- ja myllytuotteiden, muiden elintarvikkeiden ja juomien valmistuksen osalta paikallisten raaka-aineiden osuus saattaa olla huomattavastikin suurempi, jos huomioidaan ainoastaan kyseisillä alatoimialoilla päätoimisesti toimivat yritykset. Toisaalta kalanjalostuksessa paikallisten raaka-aineiden osuus voi olla raportoitua pienempi, jos tarkastellaan vain niiden yritysten vastauksia, jotka ovat ilmoittaneet toimivansa päätoimisesti kalanjalostajana. On kuitenkin syytä huomata, että näin toimittaessa alatoimialojen tulokset perustuisivat yleensä vain muutamien yritysten vastauksiin.

<sup>78</sup> Tiedot: Ruoka-Suomi, 2013

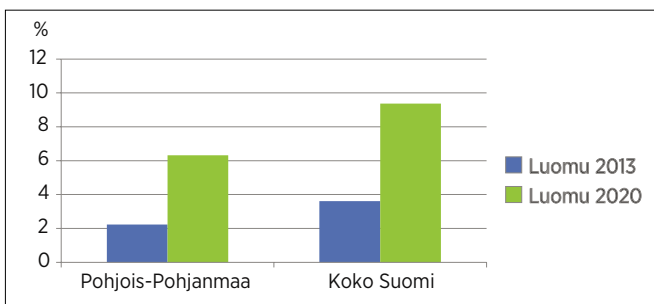
<sup>79</sup> Tiedot: Toimiala Online, 2013



**Kuvio 67.** Pohjois-Pohjanmaan elintarvikeyritysten raaka-aineostojen jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille.



**Kuvio 68.** Pohjois-Pohjanmaan elintarvikeyritysten myynnin jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille.



**Kuvio 69.** Pohjois-Pohjanmaan elintarvikeyritysten luomutuotannon osuus vuosina 2013 ja 2020.

den valmistuksessa oman maakunnan osuus myyntialueena oli erittäin merkittävä (kuvio 68). Hedelmien ja vihannesten jalostuksessa oman maakunnan myynnin osuus oli 93 prosenttia ja leipomotuotteiden toimialalla 92 prosenttia. Muualle Suomeen tuotteista myytiin keskimäärin 52 prosenttia. Viennin osuus tuotteiden myynnistä oli keskimäärin kuusi prosenttia. Vain lihanjalostuksen ja muiden elintarvikkeiden alatoimialoilla viennin osuus oli keskimääräistä suurempaa.

Pohjois-Pohjanmaan elintarvikealan yritysten myynnistä 30 prosenttia kohdistui suoraan kuluttajille esimerkiksi oman myymälän, tori- tai mesumyynnin kautta. Yritysten myynti niin vähittäis- kuin tukkukaupoillekin oli noin 30 prosenttia kokonaismyynnistä. Myynti ruokapalveluita tuottaville yrityksille tai yhteisöille oli kahdeksan prosenttia.

*”Itse myydään kaikki suoraan omassa maakunnassa.”*

(Leipomo, alle 10 työntekijää, Pohjois-Pohjanmaa)

*”Suoramyynti on vähentynyt kun mennään joitakin vuosia taaksepäin. Nykyään menee paljon isoille kauppakeskuksille.”*

(Muiden elintarvikkeiden valmistus, alle 10 työntekijää, Pohjois-Pohjanmaa)

Pohjoispohjalaisten yritysten luomutuotteiden osuus oli keskimäärin kaksi prosenttia kyselyn tekohetkellä (kuvio 69). Vuoteen 2020 mennessä luomutuotteiden osuuden arvioitiin nousevan yli kuuteen prosenttiin. Nykytilanteessa Pohjois-Pohjanmaan luomutuotteiden osuus oli vain hieman alle koko Suomen keskiarvon, mutta tulevaisuuden arvioiden mukaan ero tulee kasvamaan.

Vastausten perusteella maakunnan yrityksistä löytyy kiinnostusta luomutuotannon kasvatamista kohtaan. Eräs vastaaja kertoi kyselyn innoittaneen pohtimaan, voisiko hänen yrityksensä tuotanto täyttää jo nyt luomumerkin edellytykset. Esimerkiksi raaka-aineiden korkea hinta ja heikko saatavuus sekä luomumerkintään liittyvä byrokratia ja investointivaatimukset voivat kuitenkin rajoittaa joidenkin yritysten pyrkimystä lisätä luomutuotteiden tuotantoa. Lisäksi on tuotteita, joille ei ylipäänsä myönnetä luomumerkkiä. Vastaajat kertoivat muistakin luomuun liittyvistä ongelmakohdista:

*”Olemme joutsenlippua käyttävä pääsääntöisesti luomuyritys, tulevaisuuden ongelma sokeri ja tämä uusi ihana säädös ulkolaisses-*

*ta luomuhiihvasta. Prosentit riittävät vielä sokerin kanssa kun tämänhetkisistä raaka-aineista on ulkolaista suola, kardemumma ja raesokeri. Kaikki muut raaka-aineet tulevat ”pohjanmaiden” alueelta, hiiwa Lahdesta.”*

(Leipomotuotteiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Pohjois-Pohjanmaa)

*”Kun nyt ”kaikki” tekevät luomuruisleipää niin pienet, pitkään alalla toimineet jäävät jalkoihin. Pieni yritys ei pysty pitkien matkojen kuljetuksiin. Kaikilta kaupat tilaavat vähän ja sillä ei elä - toki asiakas saa valinnan vapautta.”*  
(Leipomotuotteiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Pohjois-Pohjanmaa)

*”meillä ei ole virallisesti luomua jalostuksessa. Vielä kun saataisiin poron ja hirven liha virallisesti luomuksi, niin sitten alkaisi jo hymyilytämään!”*

(Lihatuuotteiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Pohjois-Pohjanmaa)

Pohjoispohjalaiset yritykset näkivät yritystoimintansa tulevaisuuden melko valoisana, sillä 67 prosenttia vastaajista uskoi liiketoiminnan kasvavan vuoteen 2020 mennessä. Noin 27 prosenttia vastaajista kuitenkin arvioi yrityksen liiketoiminnan pysyvän nykyisellä tasolla, ja noin seitsemän prosenttia arvioi liikevaihdon laskevan. Useimmiten laskevan liikevaihdon odotukset liittyivät yritystoiminnan lopettamiseen esimerkiksi eläköitymisen takia. Kasvua puolestaan haetaan muun muassa viennin kasvattamisella.

Puolet niistä yrityksistä, jotka arvioivat liikevaihtonsa kasvavan, ennakoivat alle 30 prosentin kasvua vuoteen 2020 mennessä. Muut yritykset arvioivat tätä suurempaa kasvua, jopa liikevaihdon kaksinkertaistamista. Pohjois-Pohjanmaan elintarvikealan yritykset arvioivat, että liikevaihto kasvaa keskimäärin 24 prosenttia vuoteen 2020 saakka jatkuvalla ajanjaksolla.

*”Kasvavan kysynnän johdosta teemme tuotantotilojemme laajennuksen, sekä uusia kone- ja laiteinvestointeja jotta voimme vastata kasvavaan kysyntään.”*

(Kalanjalostaja, alle 20 työntekijää, Pohjois-Pohjanmaa)

*”Olemme vasta aloittaneet ja markkinanäkymät ovat hyvät.”*

(Hedelmien ja vihannesten jalostus, alle 10 työntekijää, Pohjois-Pohjanmaa)



Paikallisia tuotteita aamiaispöydässä. (Kuva: Outi Hakala)

Kyselyssä selvitettiin myös elintarvikeyritysten näkemyksiä siitä, mitkä muutostrendit vaikuttavat merkittävimmin yritystoimintaan vuoteen 2020 mennessä. Vastaajat toivat esiin monenlaisia kuluttajakäyttäytymisessä tapahtuvia muutoksia. Lähiruoan kysynnän kasvaminen mainittiin useimmin vastauksissa. Lisäksi mainintoja saivat kotimaisten, lisäaineettomien, terveellisten, tuoreiden, puhtaiden, jäljitettävien ja eettisesti tuotettujen elintarvikkeiden suosion vahvistuminen. Vastaajat arvioivat, että allergioiden yleistymisen myötä erikoistuotteiden kysyntä kasvaa. Yleisesti ottaen nähtiin, että asiakkaat ovat kiinnostuneita yhä laajemmasta tuotevalikoimasta. Yhtäältä vastauksissa arvioitiin, että yhä useampi pyrkii omavaraistalouteen. Toisaalta suuri osa asiakaskunnasta toivoo aiempaa jalostetumpia tuotteita. Vastauksissa kuvattiin myös suoramyynnin kasvavasta suosiosta. Vastauksissa ennakoitiin, että jatkossakin ilmenee erilaisia ruokatrendejä ja ruokaskandaaleita.

Kuluttajakäyttäytymisen lisäksi vastaajat pohjivat yritysten sisäisen toiminnan ja toimintaympäristön kehittymistä. Lähiruoka sai vastauksissa siis eniten mainintoja, mutta toiseksi eniten vastaajat kertoivat yrittäjän ja henkilökunnan ikäntymisen tai sairastumisen vaikutuksista yritys-toimintaan. Vastaajat kiinnittivät huomiota myös

kustannuskehitykseen, uusien myyntikanavien käyttöönottoon, tuotekehitykseen ja viennin kasvamiseen. Kilpailun kiristyminen, alueen asukasmäärän vähentyminen, lainsäädännön muutokset, yritysasiakkaiden päätökset jatkaa toimintaansa ja yleinen taloustilanne olivat niin ikään aihepiirejä, joissa tapahtuvat muutokset vaikuttavat merkittävästi elintarvikealan yritysten toimintaan.

*”Kotimaisen ruuan ja lähiruuan arvostus kasvaa.”*

(Hedelmien, kasvien ja marjojen jalostaja, alle kymmenen työntekijää, Pohjois-Pohjanmaa)

*”Terveellisyys, lähilihabuumi positiivisesti. Uhkakuvia taas väestörakenteen muutos ja ihmisten muuttaminen etelään.”*

(Lihat tuotteiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Pohjois-Pohjanmaa)

*”Kotimaisuus, kuluttajien kiinnostus elintarvikkeiden alkuperästä.”*

(Maitotuotteiden valmistaja, alle 100 työntekijää, Pohjois-Pohjanmaa)

Yhteiskuntavastuuasioista yrityksiltä kysyttiin, miten tärkeänä ne pitävät vastuutaan ympäristöstä sekä ympäröivästä yhteisöstä. Ympäristövastuun

kohdalla jopa 98 prosenttia vastaajista piti vastuuta ympäristöstä joko tärkeänä (20 % vastaajista), melko tärkeänä (29 %) tai erittäin tärkeänä (49 %). Useat yritykset kertoivat miettivänsä toimintaansa hyvin tarkkaan myös ympäristön näkökulmasta. Ympäristöasiat oli otettu huomioon niin jätteiden käsittelyssä, puhtaan käyttöveden käytössä, toimittajien valaistuksessa sekä lämmön talteenotossa energiatehokkuuden lisäämiseksi. Vain kaksi prosenttia piti vastuutaan ympäristöstä vain vähän tärkeää.

Vastauksista välittyi kuva siitä, että monille yrityksille haitallisten ympäristövaikutusten vähentäminen on itsestään selvää toimintaa ja ympäristökysymyksiä on pohdittu monipuolisesti. Useimmin vastaajat kertoivat lajittelevansa ja kierrättävänsä jätteet. Lisäksi jätteiden määrää pyrittiin vähentämään, ja niitä hyödynnetään energiana tai muilla tavoin. Toinen vastauksissa toistunut aihepiiri oli tuotantoprosessien kokonaisvaltainen kehittäminen. Yrityksissä kiinnitetään huomiota resurssien tehokkaaseen hyödyntämiseen, energiaratkaisuihin, logistisiin järjestelyihin, investointipäätöksiin ja pakkausvalintoihin myös ympäristön näkökulmasta. Vastauksissa todettiin, että monet ympäristöä säästävät ratkaisut säästävät myös rahaa. Vastauksissa korostettiin lainsäädännön noudattamisen merkitystä ja kerrottiin yrityksessä käytettävistä ympäristöohjelmista. Lisäksi ympäristövastuuta kannetaan siten, että tuotetaan sellaisia tuotteita, joiden tuotanto aiheuttaa mahdollisimman vähän negatiivisia ympäristövaikutuksia. Eräs vastaaja toi esiin senkin näkökohdan, että hän on huomionnut ympäristövastuunsa valitessaan itselleen ammatin ja yritykselleen tuotantos suunnan, joiden ympäristövaikutukset ovat vähäiset.

*”Raaka-aineiden ja jalosteiden kuljetukset hoidetaan yhteistyössä keskusliikkeiden jake-lureittien mukaisesti, jolloin hiilijalanjälki on mahdollisimman pieni.”*  
(Kalanjalostaja, alle 20 työntekijää, Pohjois-Pohjanmaa)

*”Hiili- ja vesijalanjälki, energian ja veden käyttö, investoinnit, energiatehokkaiden ratkaisujen hakeminen, jätteen vähentäminen, raaka-aineiden hyötykäyttöaste mahdollisimman korkeaksi.”*  
(Eläinten ruokien valmistus, alle 10 työntekijää, Pohjois-Pohjanmaa)

*”Noissa ympäristöasioissa on paljon ns. sel-laista sälää mikä ei ole edes oikeasti totta, vaan nk. näennäistä näpertelyä. Katseita voitaisiin suunnata näiden ympäristöasioiden suhteen oikeasti olennaisiin asioihin.”*

(Kalanjalostaja, alle 20 työntekijää, Pohjois-Pohjanmaa)

Vastuuta ympäröivästä yhteisöstä pidettiin niin ikään tärkeänä, sillä noin 95 prosenttia vastaajista arvioi sen olevan joko tärkeää (25 % vastaajista), melko tärkeää (28 %) tai erittäin tärkeää (42 %). Kaksi vastaajaa (5 %) koki yhteisövastuukysymykset vain vähän tärkeiksi. Käytännössä yhteisövastuuta kannetaan tekemällä yhteistyötä alueen yritysten kanssa, hankkimalla raaka-aineita lähialueen tuottajilta ja työllistämällä paikallisia asukkaita. Vastausten perusteella yrityksillä olisi kiinnostusta aiempaa laajempaankin yhteistyöhön eri toimijoiden välillä. Vastauksissa kerrottiin yritysten aktiivisesta osallistumisesta kyläyhteisöjen ja alueen muiden yhteisöjen toimintaan. Lisäksi vastaajat kiinnittivät huomiota siihen, että he osallistuvat kuntien toiminnan rahoittamiseen ja vilkastuttavat alueen taloutta.

*”Hankimme mahdollisimman paljon raaka-aineita lähialueen toimijoilta, sekä toimimme yhteistyössä alueiden keittiömestareiden kanssa lähialueen raaka-aineiden menekin edistämisen- ja kehittämisprojekteissa.”*

(Kalanjalostaja, alle 10 työntekijää, Pohjois-Pohjanmaa)

*”Yrityksellämme on vahva paikallinen identiteetti ja sijaintimme on tärkeä. Olemme osa pienen kunnan imagoa, jossa toimimme.”*

(Juomien valmistaja, alle 10 työntekijää, Pohjois-Pohjanmaa)

Julkisen sektorin tarjouspyyntöön on vastannut 44 prosenttia kyselyyn osallistuneista Pohjois-Pohjanmaan elintarvikealan yrityksistä. Näistä vastauksista kaksi on annettu kahden tai useamman yrityksen yhteistyönä. Loput 18 vastausta on annettu itsenäisesti. Yli puolet vastaajista (56 %) ei ole vastannut tarjouspyyntöön, ja vastaajat esittivät tälle erilaisia syitä. Yleisimmin vastaamattomuus johtui siitä, että yritykselle ei ole esitetty tarjouspyyntöä, yrityksen tuotevalikoima ei sovellu julkiskeittiöiden tarpeisiin tai yrityksen tuotantokapasiteetti ei riitä vastaamaan tarjouspyyntöihin. Vastauksista ilmeni, että kaikissa yrityksissä ei ole tiedostettu tarjouspyyntöjen siirtyneen sähköisiin asiointikanaviin. Lisäksi vastauksissa kerrottiin,

että sopimusten tiukat vaatimukset ja sanktiot sekä tuotteista maksettavan hinnan alaisuus estävät kilpailutukseen osallistumisen.

Vastauksissa käsiteltiin myös muita aiheita, kuten pienyritysten toimintamahdollisuuksien kaventumista esimerkiksi kasvavien tarkastusmaksujen ja kiristyvien vaatimusten myötä. Eräs leipomotuotteiden valmistaja arvioi, että nykyisten pienyritysten katoamisen jälkeen ryhdytään pian perustamaan uusia pienyrityksiä ”vaihtoehtona massatuotannolle”. Kyseisessä vastauksessa pohdittiin tällaisen kehityskulun aiheuttamia kansantaloudellisia tappioita ja yksilöllisiä menetyksiä.

*”Liiaaksi hankalaa elintarvikealalla pienelle yritykselle, liian paljon yhteiskunta aiheuttaa kustannuksia, yritystä ei saa kannattavaksi”*

(Lihatuuotteiden valmistaja, alle kymmenen työn-tekijää, Pohjois-Pohjanmaa)

### 3.13.3 HANKINTARENKAILLE JA -YKSIKÖILLE LÄHETETYN KYSELYN TULOKSIA

Pohjois-Pohjanmaalta saatiin kolme vastausta hankintarenkaille ja -yksiköille lähetettyyn kyselyyn.<sup>82</sup> Pohjois-Pohjanmaan hankintarenkaat ja -yksiköt ostavat vastausten perusteella omasta maakunnasta noin viisi prosenttia elintarvikehankinnoista. Tämä vastaa noin 0,8 miljoonaa euroa vastaajien vuosittaisista elintarvikehankinnoista.<sup>83</sup> Vastausten mukaan muualta Suomesta ostetaan 77 prosenttia ja ulkomailta 18 prosenttia elintarvikehankinnoista. Omasta maakunnasta ostetaan eniten hedelmä-, kasvis- ja marjatuotteita – etenkin perunoita ja porkkanoita – sekä leipomotuotteita (kuvio 70).

Vastauksissa arvioitiin oman maakunnan osuuden kasvavan 27 prosenttiin vuoteen 2020 mennessä. Ulkomaisten tuotteiden osuus pysyy noin 17 prosentissa, ja muualta Suomesta ostettavien tuotteiden osuus pienenee noin 56 prosenttiin

(kuvio 71). Kotimaisuusasteen arvioitiin siis pysyvän suunnilleen nykyisellä tasolla, mutta paikallisten tuotteiden osuuden arvioitiin kasvavan huomattavasti. Oman maakunnan elintarvikkeiden osuus nykyhetkellä on todennäköisimmin arvioitu todellista tilannetta pienemmäksi, joten muutos ei välttämättä ole niin voimakas kuin tulokset osoittavat. Vuodelle 2020 arvioidut jakaumat eri alueille osoittavat, että Pohjois-Pohjanmaalla tavoitellaan keskimääräistä korkeampaa paikallisuus- ja kotimaisuusastetta.

Luomutuotteiden osuus Pohjois-Pohjanmaan elintarvikehankinnoista on nykyisin hieman ylineljä prosenttia (kuvio 72). Luomun osuuden arvioidaan kasvavan hieman vuoteen 2020 mennessä, lähes viiteen prosenttiin. Nykyinen luomuosuus on lähellä maan keskimääräistä arviota, mutta tulevaisuuteen ennakoitu luomuosuus jää huomattavasti keskimääräistä pienemmäksi.

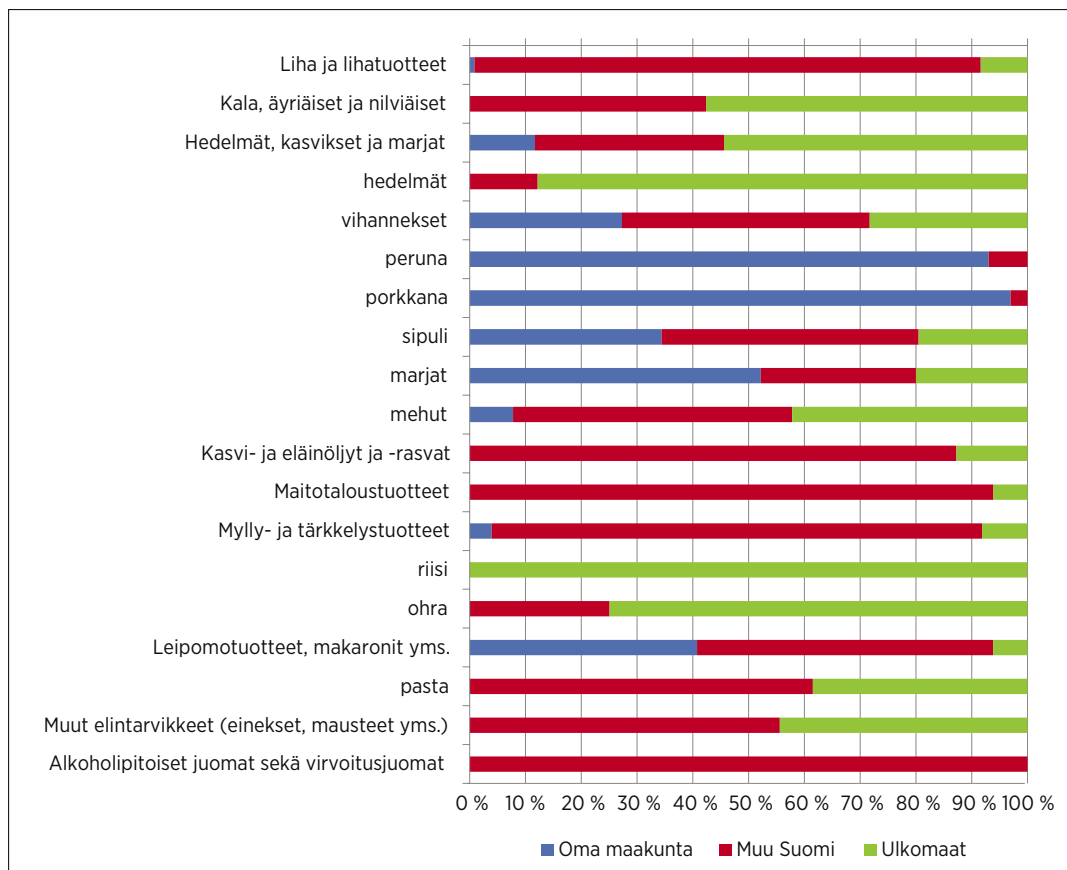
Vastaajat näkevät lähiruoan, luomutuotteiden ja lisäaineettomien elintarvikkeiden suosion kasvun muutostrendiksi, joka vaikuttaa merkittävimmin elintarvikehankintoihin vuoteen 2020 mennessä. Toinen merkittävä trendi liittyy elintarvikkeiden hintakehitykseen.

Kaksi vastaajaa tekee yhteistyötä ruokapalveluvastaavien ja elintarvikkeiden tuottajien kanssa yhteisissä tai erillisissä suunnittelukokouksissa. Kokouksia järjestetään myös tukkuliikkeiden kanssa. Eräs vastaaja toteaa, että alueen toimijoiden kanssa tehdään yhteistyötä niiden yhteydenottojen mukaisesti, joten säännöllisille suunnittelukokouksille ei ole ollut tarvetta.

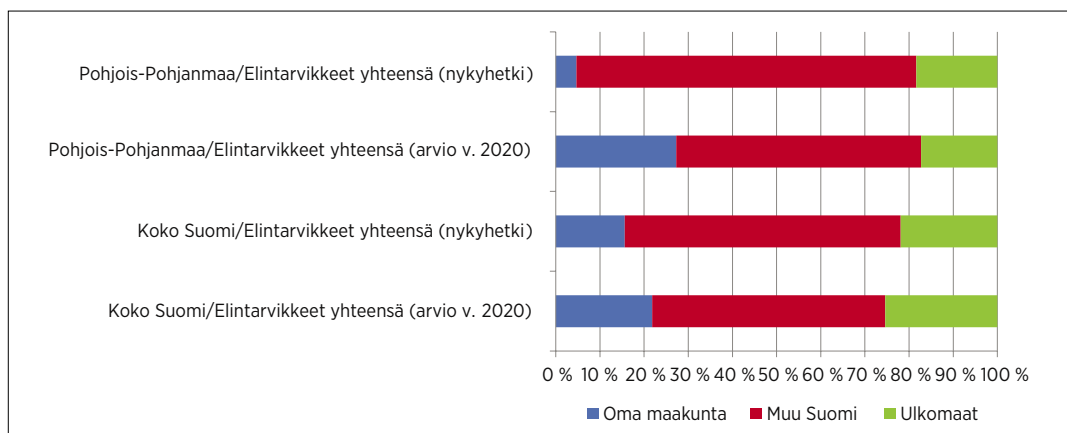
Vastaajien mielestä tarjonnan kehittäminen ja hintatason kohtuullistaminen ovat parhaimpia keinoja, joiden avulla lähiruoan käyttöä julkisektörillä voitaisiin edistää. Vastauksissa toivottiin, että lähiruoan tuottajat tekisivät yhteistyötä, jotta ne voisivat toimittaa jalostettuja elintarvikkeita keskitetysti julkisektöriin käyttöön. Vastauksissa myös huomautetaan, että lähiruoan tuottajien yhteystietoja on ollut vaikea löytää.

<sup>82</sup> Yksi vastaajista ei ole vastauksissaan ottanut kantaa siihen, missä suhteessa se ostaa elintarvikehankintansa omasta maakunnasta, muualta Suomesta tai ulkomailta. Kyseinen vastaaja on hankintajensa euromääräisen arvon perusteella suuri toimija maakunnassa. Todellinen tilanne voi siten poiketa raportoiduista tuloksista, jos kyseisen vastaajan hankintojen jakautuminen eri alueille poikkeaa muiden vastaajien antamista tiedoista.

<sup>83</sup> Vastauksissa oli havaittavissa joitakin ristiriitaisuuksia. Mahdollisesti kaikissa vastauksissa ei ole eritelty sitä, missä suhteessa kotimaiset elintarvikkeet ostetaan omasta maakunnasta tai muualta Suomesta. Oman maakunnan osuus hankinnoista onkin ilmeisesti raportoitua suurempi.

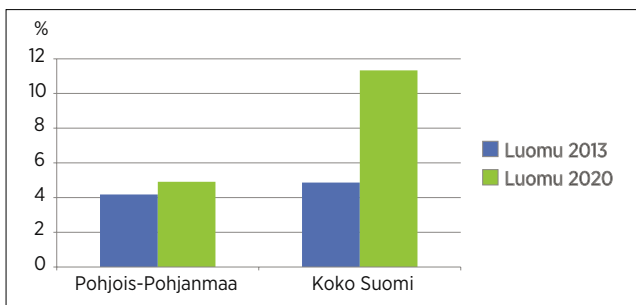


**Kuvio 70.** Pohjois-Pohjanmaan hankintarenkaiden ja -yksiköiden hankintojen jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille.



**Kuvio 71.** Pohjois-Pohjanmaan hankintarenkaiden ja -yksiköiden hankintojen jakautuminen eri alueille vuosina 2013 ja 2020.





**Kuvio 72.**

Pohjois-Pohjanmaan hankintarenkaiden ja -yksiköiden luomuhankintojen osuus vuosina 2013 ja 2020.

### 3.13.4 MAATALOUDEN JA ELINTARVIKETEOLLISUUDEN ALUETALOUDELLISET VAIKUTUKSET

#### 3.13.4.1 Nykytilanteen vaikutukset

Maataloudella on merkittävä vaikutus Pohjois-Pohjanmaan aluelouteen. Maatalouden vaikutus maakunnan bruttokansantuotteeseen on yli 5,5 prosenttiyksikköä, mikä tarkoittaa lähes 670 miljoonaa euroa. Työllisyyteen maatalouden vaikutus on lähes seitsemän prosenttiyksikköä Pohjois-Pohjanmaalla. Henkilötyövuosina se on lähes 11 700.

Elintarviketeollisuuden vaikutus Pohjois-Pohjanmaan bruttokansantuotteeseen on vielä suurempi kuin maatalouden vaikutus, yli seitsemän prosenttiyksikköä. Euroina elintarviketeollisuuden vaikutus on lähes 900 miljoonaa euroa. Työllisyyteen elintarviketeollisuuden vaikutus taas sitä

vastoin on maataloutta alhaisempi, vain hieman yli neljä prosenttiyksikköä. Henkilötyövuosina se on hieman yli 7 000. Kaikkein tärkeimpänä elintarviketeollisuuden alatoimialana näyttäytyy maitotaloustuotteiden valmistus, joka yksistään vastaa yli puolesta elintarviketeollisuuden osuudesta: euroina lähes 500 miljoonaa ja työllisyytenä melkein 4 500 henkilötyövuotta.

Eläinten ruokien valmistus vaikuttaa positiivisesti oman alan lisäksi huomattavasti muun muassa maatalouden työllisyyteen kerroinvaikutuksen kautta, mikä näkyy eläinten ruokien työllisyysvaikutusten suuruudessa.

Maatalouden työllisyyskerroin on Pohjois-Pohjanmaalla 1,2. Tämä tarkoittaa, että yksi maatalouden työntekijä työllistää kerroinvaikutusten kautta 0,2 muuta työpaikkaa. Elintarvikkeiden ja juomien valmistuksen kerroinvaikutus on Pohjois-Pohjanmaalla 3,8 eli yksi elintarviketyöntekijä työllistää

**Taulukko 39.** Maatalouden ja elintarviketeollisuuden vaikutukset Pohjois-Pohjanmaalla.

Toimiala	BKT (%-yksikköä)	BKT (milj. euroa)	Työllisyys (%-yksikköä)	Työllisyys (hvt)
<b>MAATALOUS</b>	<b>5,53</b>	<b>666,33</b>	<b>6,99</b>	<b>11688</b>
Lihanjalostus ja teurastus	0,28	33,73	0,21	355
Kalanjalostus	0,17	20,96	0,08	134
Hedelmien, marjojen ja vihannesten jalostus	0,40	48,45	0,22	366
Rasvojen ja öljyjen valmistus	0,00	0,07	0,00	4
Maitotuotteiden valmistus	4,16	501,23	2,30	4498
Myllytuotteiden valmistus	0,02	2,17	0,02	30
Leipomotuotteiden valmistus	1,26	152,09	0,64	1064
Muu elintarvikkeiden valmistus	0,18	21,86	0,10	161
Eläinten ruokien valmistus	0,90	108,83	0,25	426
Juomien valmistus	0,02	2,40	0,04	67
<b>ELINTARVIKETEOLLISUUS YHTEENSÄ</b>	<b>7,40</b>	<b>891,78</b>	<b>4,25</b>	<b>7105</b>

2,8 muuta: 2,0 muuhun ruokaketjuun ja 0,8 muille aluetalouden toimialoille.

### 3.14.3.2 Tulevaisuuden vaikutukset

Pohjois-Pohjanmaalta kyselyyn vastanneet hankintarenkaat ilmoittivat hankkivansa tällä hetkellä vain viisi prosenttia elintarvikkeista omasta maakunnasta. Ne arvioivat, että vuonna 2020 oman maakunnan hankintojen osuus olisi noin 27 prosenttia eli lähituotteiden hankinnassa olisi odotettavissa erittäin suurta kasvua. Tällä hetkellä hankintarenkaiden elintarvikkeiden kokonaisu-hankintojen arvo oli 15,4 miljoonaa euroa, joista oman maakunnan hankintoihin käytettiin vain 0,8 miljoonaa euroa. Tulevaisuudessa oman maakunnan elintarvikehankintojen arvo nousisi 4,2 miljoonaan euroon. Muutos oman maakunnan tuotteisiin käytetyssä rahamäärässä olisi siis noin 3,4 miljoonaa euroa.

Jos Pohjois-Pohjanmaan hankintarenkaat käyttäisivät arvioimansa 3,4 miljoonaa euroa lisää oman maakunnan elintarvikehankintoihin, vaikuttaisi se alueen työllisyyteen yli 400 henki-

lötyövuotta. Näin ollen sataatuhatta euroa kohden, joka käytetään paikallisten elintarvikkeiden ostoon, vaikutetaan maakunnan työllisyyteen 11,7 henkilötyövuoden verran, kun otetaan huomioon myös kerroinvaikutukset. Työllisyysvaikutusten lisäksi paikallisten elintarvikkeiden käyttö julkisissa keittiöissä vaikuttaa myös alueen talouteen. Pohjois-Pohjanmaan osalta vaikutus bruttokansantuotteeseen olisi jopa 32,7 miljoonaa euroa, jos julkisia elintarvikehankintoja kohdistettaisiin omaan maakuntaan lisää 3,4 miljoonaa euroa.

**Taulukko 40.** Tulevaisuuden (v. 2020) vaikutukset Pohjois-Pohjanmaan työllisyydelle ja taloudelle nykytilanteeseen nähden.

	Paikallisten tuotteiden käytön vaikutukset
Vaikutus työllisyyteen (htv)	402,3
Vaikutus työllisyyteen (htv) / 100 000 €	11,7
Vaikutus BKT:hen (milj. €)	32,7



Leipäjuusto sopii myös juhlapöydän tarjottavaksi. (Kuva: Leena Viitaharju)

## 3.14 POHJOIS-SAVO

### 3.14.1 MAATALOUS JA ELINTARVIKE-TEOLLISUUS POHJOIS-SAVOSSA

Maatilojen määrä on viimeisten kahden vuosikymmenen aikana laskenut tasaisesti myös Pohjois-Savossa. Tämä kehitys ei kuitenkaan ole vaikuttanut alan tuotannon kokonaisvolyymiin, sillä tilakoko (peltoala ja karjamäärä) ovat samanaikaisesti kasvaneet. Elintarvikealan työpaikkakehitys on ollut maakunnassa tasaisessa laskussa, kuten muuallakin Suomessa. Siitä huolimatta noin 17 prosenttia maakunnan työllisistä saa toimeentulonsa elintarvikeketjusta. Alkutuotannossa on vajaat 12 800 työpaikkaa ja jalostustoiminnassa noin 1 700. Sekä tilakoon että tuottavuuden kasvu kiihdyttää viljelijöiden määrän vähenemistä. Maatilojen määrä vähentyy 10 vuodessa runsaasta 5 000:sta alle 4 000 tilaan. Vuonna 2012 Pohjois-Savossa oli noin 4 150 tilaa. Toisaalta tilakoon kasvu lisää palkatun työvoiman ja urakoinnin tarvetta. (Pohjois-Savon liitto, 2014; Pohjois-Savon maakuntaohjelma, 2013; Puhtaasti parasta!, 2003).

Pohjois-Savon maatalouden vahvuuksia ovat korkeatasoinen kotieläintalous, rehuntuotanto, marjanviljely ja kehittyvä maaseutuyrittäjyys. Maatalouden rahavirroista noin 90 prosenttia tulee

kotieläintuotannosta. Samalla osuudella pelloista tuotetaan rehua kotieläimille. Suomen maidon tuotannosta noin 14,06 prosenttia valtakunnan tuotannosta, naudanlihan 13,7 prosenttia, sianlihan 2,2 prosenttia, kananmunan 1,0 prosenttia ja marjojen viljelyalasta 32 prosenttia on Pohjois-Savossa. Sisä-Savo ja Varkauden seutu ovat maan tunnetuinta marjan- ja erityisesti mansikantuotantoaluetta. Yli 20 prosenttia valtakunnan marjoista tuotetaan näillä alueilla. Lihantuotantoa on varsin tasaisesti eri puolilla maakuntaa. Melko uutena avauksena on kalanjalostukseen panostaminen Varkauden seudulla. (MTK-Pohjois-Savo, 2014; Pohjois-Savon liitto, 2014; Pohjois-Savon maakuntaohjelma, 2013).

Tyypillistä Pohjois-Savon elintarviketeollisuudelle on mikroyritysten suuri määrä ja vastaavasti parinkymmenen suurimman yrityksen erittäin suuri osuus elintarvikealan työpaikoista ja liikevaihdosta. Maakunnan suurimmat elintarvikealan työllistäjät ja jatkojalostajat, Atria Oyj ja Valio Oy, ovat valtakunnallisesti toimivia yrityksiä. Merkittävä maakunnallinen maidonjalostaja on Osuus-kunta Maitomaa. Elintarviketeollisuudessa toimii perinteikkäitä savolaisia yrityksiä, kuten Olvi Oyj, Likööritehdas Lignell & Piispanen, F.K.Trube Oy ja Pakkasmarja Oy. Elintarvikejalostusta harjoittavia, maatilojen yhteydessä toimivia pieniä yrityksiä



Pohjois-Savo kuuluu muikku-Suomeen. (Kuva: EkoCentria/Tero Takalo-Eskola)

on Pohjois-Savossa noin sata. Yritykset ovat tyypillisesti perheyriksii, suurin osa on leipomoita. Pohjois-Savossa elintarvikeklusterin kehittämistä tukee monipuolinen koulutus-, tutkimus- ja innovaatioverkosto. (Pohjois-Savon maakuntaohjelma, 2013).

Teurastamon lopetus Kuopiossa on viime vuosien suurin elintarvikealan menetys maakunnassa. Suurin puute on nautateurastuksesta. Suurten teurastamojen etäisyys on ongelma ainakin osalle maitotiloja ja erikoistuneille lihantuottajille. Naudat kuljetetaan pääasiassa Outokumpuun, Jyväskylään ja Nurmoon. Lihanjalostajien ja lihankasvatustajien lihalogistiikkaa on tarve kehittää. (Pohjois-Savon maakuntaohjelma, 2013).

**Taulukko 41.** Pohjois-Savon elintarvikealan toimipaikat.

Toimiala	Yritykset 2013 (kpl) <sup>84</sup>	Yritykset 2012 (kpl) <sup>85</sup>
Teurastus, lihan käsittely ja lihatuotteiden valmistus	15	9
Kalan, äyriäisten ja nilviäisten jalostus ja säilöntä	19	12
Hedelmien ja kasvien jalostus ja säilöntä	29	10
Maitotaloustuotteiden valmistus	6	4
Mylly- ja tärkkelystuotteiden valmistus	15	6
Leipomotuotteiden, makaronien yms. valmistus	44	51
Muiden elintarvikkeiden valmistus	29	17
Juomien valmistus	13	11
<b>Yhteensä</b>	<b>170</b>	<b>120</b>

### 3.14.2 YRITYSKYSELYN TULOKSIA

Pohjois-Savosta kyselyyn vastasi yhteensä 52 yritystä. Eniten vastauksia saatiin leipomotuotteita valmistavilta yrityksiltä (15 vastausta). Useita vastauksia saatiin myös hedelmiä, kasviksia ja marjoja jalostavilta yrityksiltä (yhdeksän vastausta) sekä muiden elintarvikkeiden valmistajilta (seitsemän vastausta). Yksikään kyselyyn vastannut yritys ei valmista päätoimisesti kasvi- ja eläinöljyjä ja -rasvoja. Loput vastaajat jakautuivat melko tasaisesti muille alatoimialoille.

Kyselyyn vastanneet yritykset ostivat tuotantonsa raaka-aineista keskimäärin 22 prosenttia

omasta maakunnasta. Oman maakunnan osuus raaka-aineistoista on suurin hedelmiä, kasviksia ja marjoja jalostavien yritysten kohdalla (kuvio 73). Muualta Suomesta hankitaan keskimäärin 38 prosenttia raaka-aineista. Etenkin eläinten ruokia, lihatuotteita ja leipomotuotteita valmistavat yritykset hankkivat valtaosan raaka-aineistaan muualta Suomesta. Tuontiraaka-aineiden osuus on keskimäärin 40 prosenttia. Ulkomaisia raaka-aineita käytetään eniten juomien valmistuksessa.

Yli 90 prosenttia vastaajista arvioi, että paikallisia raaka-aineita käytetään tulevaisuudessa suunnilleen yhtä paljon kuin nykyisinkin. Neljä vastaajaa (yhdeksän prosenttia vastaajista) arvioi omasta maakunnasta ostettavien raaka-aineiden osuuden kasvavan. Yksikään yritys ei arvioinut paikallisten raaka-aineiden osuuden olevan jatkossa nykyistä pienempi. Monet yritykset käyttävät itse tuottamia raaka-aineita tai jalostavat asiakkaiden toimittamia raaka-aineita. Vastauksissa todettiin, että paikallisten raaka-aineiden käyttöosuus riippuu niiden tuotantomäärästä, laatu-asta ja hinnasta. Kaikkia tarvittavia raaka-aineita ei ylipäänsä tuoteta oman maakunnan alueella tai muuallakaan Suomessa. Vastauksissa huomautettiin myös, että tukkuliikkeistä hankittavien raaka-aineiden alkuperän määrittäminen maakuntatasolla ei ole välttämättä mahdollista.

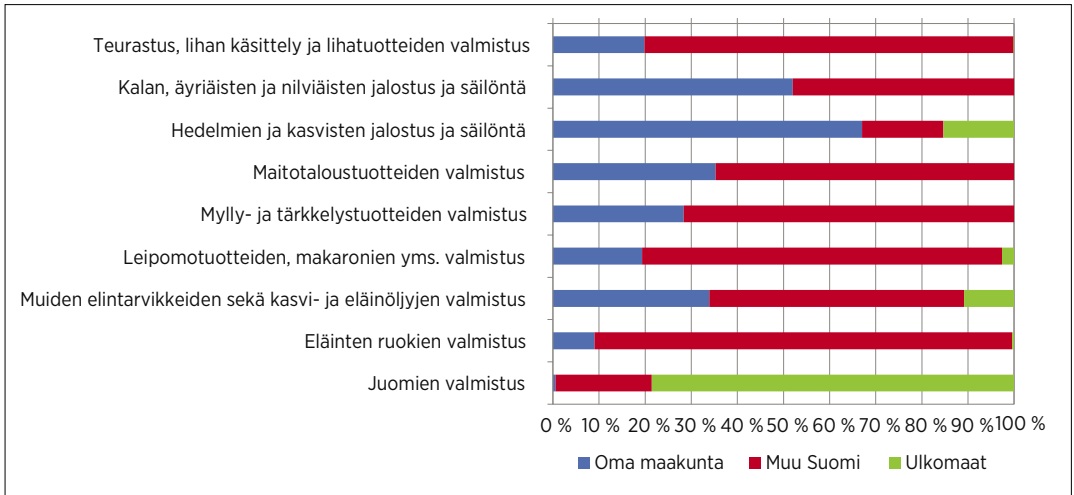
*”Kuluttajat ja kalan ostajat arvostavat yhä enemmän lähiruokaa. --Tuotannon ongelmana on osittain raaka-aineen saanti, enemmänkin olisi tuotteille kysyntää. Kalastajien eläköityminen ja määrän väheneminen aiheuttaa huolta raaka-aineen saannista tulevaisuudessa.”*

(Kalanjalostaja, alle kymmenen työntekijää, Pohjois-Savo)

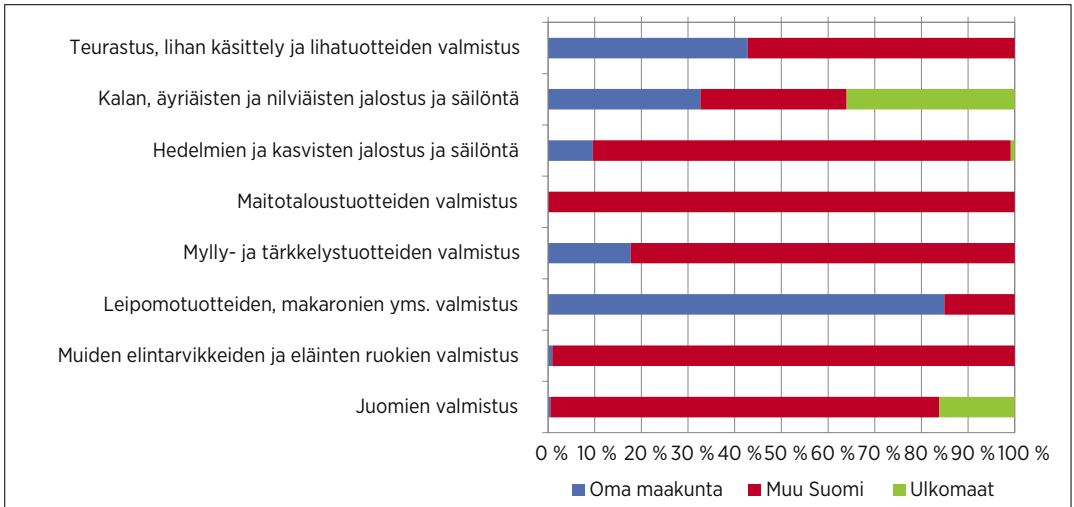
Pohjois-Savossa toimivat elintarvikealan yritykset myyvät valmiista tuotteistaan keskimäärin kahdeksan prosenttia omassa maakunnassa. Paikallisten markkinoiden merkitys on huomattavinta leipomotuotteiden valmistajille, jotka myyvät yli 80 prosenttia tuotteistaan oman maakuntansa alueella (kuvio 74). Pohjois-Savossa tuotetuista elintarvikkeista keskimäärin 84 prosenttia myydään muualle Suomeen. Maitotuotteita, muita elintarvikkeita ja eläinten ruokia valmistavien yritysten lähes koko tuotanto myydään muualle Suomeen. Ulkomaanviennin osuus on keskimäärin kahdeksan prosenttia. Viennin osuus on suurin kalanjalostajien kohdalla. Viennillä on suuri merkitys myös juomia valmistaville yrityksille.

<sup>84</sup> Tiedot: Ruoka-Suomi, 2013

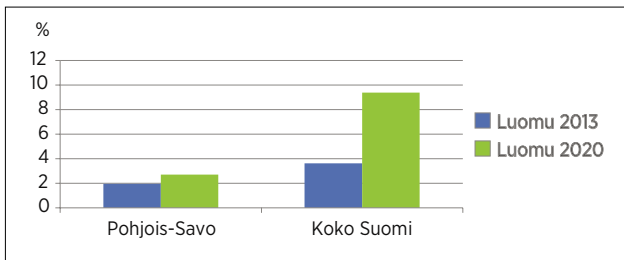
<sup>85</sup> Tiedot: Toimiala Online, 2013



**Kuvio 73.** Pohjois-Savon elintarvikeyritysten raaka-aineostojen jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille.<sup>86</sup>



**Kuvio 74.** Pohjois-Savon elintarvikeyritysten myynnin jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille.<sup>87</sup>



**Kuvio 75.** Pohjois-Savon elintarvikeyritysten luomutuotannon osuus vuosina 2013 ja 2020.

<sup>86</sup> Kyselyyn vastasi yksi yritys, joka tuottaa sivutoimisesti kasvi- ja eläinöljyjä. Yhteen vastaukseen perustuvia tuloksia ei raportoida erikseen, joten kyseinen vastaus on yhdistetty muiden elintarvikkeiden valmistajien vastauksiin.

<sup>87</sup> Vain yksi eläinten ruokia valmistava yritys ilmoitti myyntiensä jakautumisen eri alueille. Yhteen vastaukseen perustuvia tuloksia ei raportoida erikseen, joten kyseinen vastaus on yhdistetty muiden elintarvikkeiden valmistajien vastauksiin.



Pohjois-Savossa tuotetuista elintarvikkeista noin 77 prosenttia myydään tukkuliikkeiden välityksellä. Vähittäiskaupan osuus on noin 18 prosenttia. Loput noin viisi prosenttia liikevaihdosta kertyy myynnistä ruokapalveluja tarjoaville yrityksille ja yhteisöille sekä suoramyyntin kautta.

Luomutuotteiden osuus Pohjois-Savon elintarvikealan yritysten tuotannossa on nykyisin noin kaksi prosenttia (kuvio 75). Vastaajat arvioivat, että luomutuotannon osuus kasvaa keskimäärin kolmeen prosenttiin vuoteen 2020 mennessä.

Luomutuotannosta esitettiin vastauksissa monenlaisia näkemyksiä. Yhtäältä arvioitiin sen kysynnän kasvavan, mutta toisaalta todettiin, ettei asiakkaiden puheissaan ilmaisema kiinnostus yllä ostopäätökseen asti. Eräs vastaaja koki, että kotimaisuus on asiakkaille tärkeämpi tekijä kuin se, että tuote on luomua. Lisäksi vastauksissa huomautettiin, että luomutuotteet ovat tavanomaisia tuotteita kalliimpia ja etenkin jo valmiiksi kalliimpien erikoistuotteiden kohdalla hinta rajoittaa luomutuotantoon siirtymistä. Myös lähiluumuraka-aineiden saatavuus ja tasalaatuisuus, luomumerkinnästä aiheutuva byrokratia sekä kasvavat kuljetuskustannukset ovat olleet kysymyksiä, joita vastaajat ovat pohtineet tuotantopäätöksiä tehdessään.

*”Luomun lisääntyminen on toiveena, ongelmana on kuitenkin sen kysynnän satunnaisuus, varsinkin julkisehtiteipuoolella ja ruokapalveluissa. Yrityksen kannalta luomun kysyntä pitäisi olla jatkuvaa ja säännöllistä. Nykyinen tilanne johtaa helposti tuotantohävikkiin.”*

(Hedelmien, kasvisten ja marjojen jalostaja, alle 20 työntekijää, Pohjois-Savo)

Hieman yli puolet (56 %) kyselyyn vastanneista Pohjois-Savon elintarvikealan yrityksistä arvioi, että liikevaihton kasvaa vuoteen 2020 ulottuvalla jaksolla. Vastaajista 34 prosenttia ennakoii liikevaihdon pysyvän nykyisellä tasolla myös lähivuosina. Loput kymmenen prosenttia vastaajista ilmoitti liikevaihdon pienenevän seuraavien vuosien kuluessa. Vastauksista ilmeni, että useimmissa liikevaihdon vähenemistä ennakoineissa yrityksissä yrittäjä on jäämässä eläkkeelle ja yrityksen tulevaisuus ei ole välttämättä vielä ratkennut. Lisäksi vastauksissa ennakoitiin kiristyvän kilpailun ja markkinoiden kaventumisen johtavan toiminnan supistumiseen.

Kasvua tavoittelevien yritysten arviot kasvun suuruusluokasta vaihtelivat kymmenestä prosen-

tista satoihin prosentteihin. Vastaajien esittämien arvioiden mukaan maakunnan elintarvikealan liikevaihto kasvaa keskimäärin 18 prosenttia vuoteen 2020 mennessä. Osa vastaajista kertoi, että heidän yrityksensä on melko uusi ja siten he odottavat melko suurta kasvua tulevilta vuosilta. Vahvoja kasvuodotuksia perusteltiin myös sillä, että viime aikoina tehdyt kehittämistoimenpiteet alkavat nyt näkyä liikevaihdossa. Lisäksi kasvua haetaan uusista asiakasryhmistä ja myyntialueilta. Vastauksissa muistettiin kuitenkin, että yleisen taloustilanteen kehittyminen vaikuttaa yritysten mahdollisuuksiin saavuttaa kasvutavoitteitaan. Vastauksissa nostettiin esiin myös se näkökohta, että alueen väestömäärän vähenemisen myötä asiakaskunta pienenee, mikä niin ikään vaikuttaa yritysten toimintaan.

Lähiruoka, kuten myös kotimaisuus ja yleisesti tuotteiden alkuperän kiinnostavuus sekä luomutuotanto nimettiin Pohjois-Savon elintarvikeyritysten vastauksissa useimmin muutostrendeiksi, jotka vaikuttavat merkittävästi liiketoimintaan vuoteen 2020 mennessä. Ruokaskandaalit ja ympäristöongelmat ovat tehneet asiakkaista aiempaa tiedostavampia, ja he vaativat esimerkiksi tarkempia pakkausmerkintöjä ja lyhempiä elintarvikeketjuja. Tuotteiden turvallisuus, tuoreus, terveellisyys, korkea laatu ja lisäaineettomuus ovat vastaajien mukaan asiakkaille tärkeitä asioita. Asiakkaiden kysyntä kohdistuu yhä laajempaan tuotevalikoimaan – perusraaka-aineista pitkälle prosessoituihin tuotteisiin ja tavanomaisista elintarvikkeista tiukkoihin erikoisruokavalioihin sopiviin tuotteisiin saakka. Myös kotitalouksien koon pieneminen vaikuttaa tuotevalikoiman painopisteisiin. Eläinten ruokien valmistajat pohtivat puolestaan lemmikkieläinten määrän ja lemmikeille hankittavien tuotteiden markkinoiden kehittymistä.

Vaikka paikallinen ruoantuotanto nimettiin useimmin tulevaisuuden muutostrendiksi (noin neljännnes kysymyksen vastanneista käsitteli vastauksissaan lähiruokaa), vastauksissa huomautettiin, ettei kiinnostus ole välttämättä johtanut kysynnän kasvamiseen – ainakaan tähän mennessä.

*”Luomusta ja lähiruoasta keskustellaan paljon mutta se ei ole ainakaan vielä näkynyt myynnissä asti. Kuluttajia kiinnostaa paljon tuotteiden alkuperä ja alkuperämerkinnät ovat tärkeitä.”*

(Juomien valmistaja, yli 50 työntekijää, Pohjois-Savo)

*"Lähiruoasta puhutaan paljon mutta toisaalta siitä on puhuttu jo yli kymmenen vuotta eikä se ole lyönyt itseään läpi."*

(Lihatuotteiden jalostaja, alle kymmenen työntekijää, Pohjois-Savo)

*"Alueellisuus tuotteissa sopii paremmin pienemmän jalostusasteen tuotteille ja pienemmille valmistajille. Suuremmalla valmistajalla logistinen ketju kasvaa pidemmäksi ja tuotteiden raaka-aineet tulevat suuremmalta alueelta eikä niiden alkuperää ole helppoa määrittellä."*

(Hedelmien, kasvien ja marjojen jalostaja, alle 20 työntekijää, Pohjois-Savo)

Merkitävimpiä lähitulevaisuuden muutostrendejä pohtiessaan vastaajat kertoivat myös yleisen taloustilanteen vaikutuksista asiakkaiden osto-voimaan sekä kilpailun kiristymisestä etenkin tuontielintarvikkeiden määrän kasvaessa. Vastauksissa kiinnitettiin huomiota myös ympäristöolosuhteisiin ja -ongelmiin sekä kalakantojen kehittymiseen. Erityisesti juomien valmistajat korostivat lainsäädännössä tapahtuvien muutosten vaikutuksia. Lisäksi vastauksissa huomioitiin yrittäjän ikääntymisen, omistajan vaihtumisen, tuotantotapojen ja tuotteiden kehittämisen sekä vientimarkkinoiden kehittämisen mukanaan tuomat muutokset.

Pohjois-Savon elintarvikeyritykset kertoivat myös näkemyksiään yhteiskuntavastuuseen liittyvistä aiheista. Ympäristövastuun kantaminen on erittäin tärkeää 36 prosentille, melko tärkeää 10 prosentille ja tärkeää 46 prosentille vastaajista. Pari yritystä ilmoitti näiden aiheiden olevan vain vähän tärkeitä (viisi prosenttia vastaajista) tai ei ollenkaan tärkeitä (kolme prosenttia vastaajista). Vastaajat korostivat sitä, että he ovat valinneet tuotantoonsa sellaisia elintarvikkeita, joiden valmistamisesta aiheutuu mahdollisimman vähän haitallisia ympäristövaikutuksia. Ympäristövastuuta kannetaan käytännössä myös muun muassa pakkausratkaisuihin ja energiavalinnoihin sekä yleisesti tuotantoprosessin kehittämisen eri vaiheissa. Joissain yrityksissä toiminta on sertifioitu myös ympäristövastuun kantamisen osalta.

*"Ympäristö otetaan huomioon toiminnan joka vaiheessa. Taikinaakin kierrätetään eläinten leipiin. Kahdeksan yrittäjävuoden aikana tuotteita on mennyt pilalle ehkä parin muovikassin verran."*

(Leipomotuotteiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Pohjois-Savo)

Vastuu paikallisyhteisöstä koetaan niin ikään huomionarvoiseksi maakunnan elintarvikeyritysten keskuudessa. Nämä aiheet ovat tärkeitä lähes puolelle vastaajista (49 %), ja monet kokevat vastuunsa erittäin tärkeäksi (22 % vastaajista) tai melko tärkeäksi (13 %). Muutama yritys kokee nämä aiheet yritystoiminnassaan vain vähän tärkeiksi (13 %) tai ei ollenkaan tärkeiksi (3 %). Käytännössä yritykset kantavat vastuuta paikallisyhteisöstään etenkin tarjoamalla työpaikkoja sekä työllistämällä myös alueen alkutuottajia ja palveluntarjoajia. Lisäksi yritykset tarjoavat monipuolisesti tuotteita paikallisille asiakkaille ja osallistuvat aktiivisesti alueen yhteisöjen toimintaan. Erityispiirteinä Pohjois-Savon elintarvikeyritysten vastauksissa korostui yritysten historiallinen merkitys: vuosikymmeniä alueella toimineet yritykset ovat merkittävä osa paikallista yhteisöä.

*"Yritys on erittäin tärkeä työllistäjä omalla alueellaan. Alihankintaketjujen kautta työllistetään myös tuottajia ja kuljetuspalveluja."*

(Maitotuotteiden valmistaja, alle 50 työntekijää, Pohjois-Savo)

Julkisen sektorin tarjouspyyntöön on vastannut 43 prosenttia kyselyyn osallistuneista yrityksistä. Näistä hieman yli kahdestakymmenestä vastauksesta yksi on annettu yhteistyössä muiden yritysten kanssa, ja loput vastauksista on annettu yksin. Suuri osa (57 %) kyselyyn vastanneista yrityksistä ei siis ole osallistunut julkisen sektorin hankintakilpailutukseen. Yleisimmin yritykset kertoivat tämän johtuvan siitä, että ne eivät ole saaneet tarjouspyyntöä tai tuotantokapasiteettiä ei riitä vastaamaan julkisen sektorin kysyntään. Lisäksi yritykset ovat voineet löytää tuotteilleen hyvin kysyntää muidenkin kanavien kautta, ja osa yrityksistä totesi, että tuotteet eivät sovellu julkisektoriin käyttöön joko korkean hinnan tai muun syyn vuoksi. Vastauksissa tuotiin esiin hankintaprosessin kehittämiskohteita liittyen esimerkiksi sopimuskausien pituuteen ja hankintakriteerien määrittämiseen. Lisäksi vastauksissa kerrottiin, että myönteistä kehitystä on jo tapahtunut.

*"Koska sopimuskaudet ovat liian lyhyitä, aiheuttaa epävarmuutta toiminnan kehittämiseen, jatkuva kilpailuttaminen, mikä koettelee toimittajan voimavaroja."*

(Hedelmien, kasvien ja marjojen jalostaja, alle kymmenen työntekijää, Pohjois-Savo)

*"Julkisella puolella kollektiivisesta päätöksenteokjärjestelmästä täytyisi luopua. Ammat-*



*titaitoiseen hankintaan panostamalla saataisiin aikaan huomattavia säästöjä. Pelkän hinnan sijaan olisi tarkasteltava tuotteiden hinta-laatu -suhdetta ja toimitusvarmuutta.”* (Myllytuotteiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Pohjois-Savo)

*”Julkisen sektorin hankintojen pisteytys oli aluksi hukassa ja oma kokemuksensa hankinnoista oli vähäinen. Tuotteiden laadulle ei osattu antaa tarpeeksi painoarvoa. Tilanne on parantunut ja tuotteiden laatua osataan arvostaa enemmän.”*

(Kalanjalostaja, alle kymmenen työntekijää, Pohjois-Savo)

### 3.14.3 HANKINTARENKAILLE JA -YKSIKÖILLE LÄHETETYN KYSELYN TULOKSIA

Pohjois-Savosta saatiin seitsemän vastausta kyselyyn, joka oli osoitettu hankintarenkaille ja -yksiköille.<sup>88</sup> Vastaajien elintarvikehankinnoista kymmenen prosenttia ostetaan omasta maakunnasta. Vastaajat ostavat lähiruokaa vuosittain lähes kahden miljoonan euron verran. Muualta Suomesta ostetaan 76 prosenttia elintarvikkeista. Ulkomaisten tuotteiden osuus on 14 prosenttia. Omasta maakunnasta ostetaan eniten hedelmä-, kasvis- ja marjatuotteita (kuvio 76). Tärkeiksi paikallisisi tuotteiksi nimettiin myös leipomotuotteet ja järvikalatuotteet. Eräs vastaaja huomautti, että euromääräisesti mitattuna lähiruoan osuus hankinnoista on noin 16 prosenttia, mutta lautasmaailman mukaista annosta tarkasteltaessa lähes puolet tarjotusta ruoasta on lähellä tuotettua.

Vastaajat arvioivat, että vuoteen 2020 mennessä omasta maakunnasta ostetaan 21 prosenttia elintarvikkeista. Muun Suomen osuudeksi arvioitiin 60 prosenttia ja ulkomaisten tuotteiden osuudeksi 19 prosenttia (kuvio 77). Pohjois-Savossa hankitaan tällä hetkellä lähiruokaa hieman keskimääräistä vähemmän, mutta osuuden arvioidaan kasvavan ja saavuttavan keskimääräisen tason

vuoteen 2020 mennessä. Kotimaisuusasteen arvioitiin laskevan seuraavien vuosien aikana, mutta se pysyy edelleen keskimääräistä korkeammalla tasolla.

Luomutuotteiden osuus nykyisistä hankinnoista on lähes kolme prosenttia (kuvio 78). Vastaajat arvioivat, että vuonna 2020 luomun osuus kasvaa lähes kuuteen prosenttiin. Pohjois-Savon luomuosuudet ovat hieman keskimääräistä pienempiä. Eräs vastaaja totesi, että heille tuotteiden kotimaisuus on tärkeämpää kuin luomutuotteiden osuuden kasvattaminen. Vastauksessa huomautettiin, että hankintayksiköiden käytettävissä olevat varat rajoittavat luomutuotteiden käyttöä.

Pohjois-Savon hankintayksiköiden vastauksista voidaan havaita neljä merkittävintä muutostrendiä, jotka vaikuttavat vastaajien elintarvikehankintoihin vuoteen 2020 mennessä. Elintarvikkeiden hintakehitys ja hankintayksiköiden budjettikehitys vaikuttavat hankintapäätöksiin tulevaisuudessa. Vastauksissa ennakoitiin, että kuluttajat tiedostavat yhä paremmin elintarvikkeisiin liittyvät näkökohdat (esimerkiksi lisäaineiden käytön vaikutukset), mikä muuttaa elintarvikkeiden teollista prosessointia. Kolmantena trendinä esitettiin, että hankinnat koostuvat tulevaisuudessa enemmän komponenttituotteista. Monissa vastauksissa kiinnitettiin huomiota lähiruoan käytön lisäämiseen. Vastauksissa toivottiin etenkin paikallisten leipomo- ja kasvistuotteiden tuotannon lisäämistä – ilmeisesti omasta maakunnasta haluttaisiin ostaa enemmänkin elintarvikkeita, jos niitä olisi saatavilla. Vastauksissa tunnistettiin myös lähiruoan käytön vaikutukset alueen talouteen ja tuotiin esiin poliittisten kannanottojen merkitys.

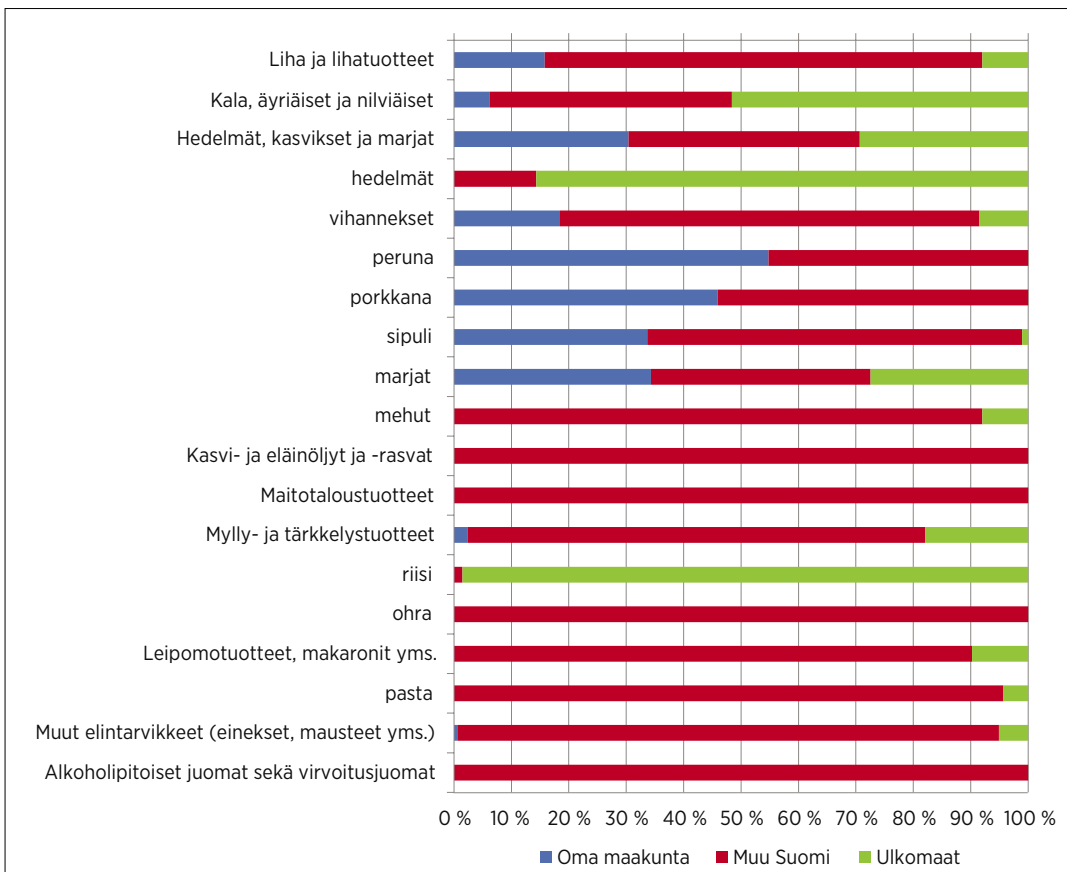
*”Nyt myös muu Suomi on herännyt lähiruokajatteluun ja valtiolta tukee (toivottavasti) lähiruoan käyttöä päätöksillään. -- Lähiruoka on kirjattu kunnan elinkeinostrategiaan ja se koetaan tärkeänä laatua määrittävänä arvona. Lähiostoilla on myös suuri merkitys alueen alkutuottajien yrittäjyyteen ja talouselämään yleensä.”*

(Hankintayksikkö, Pohjois-Savo)

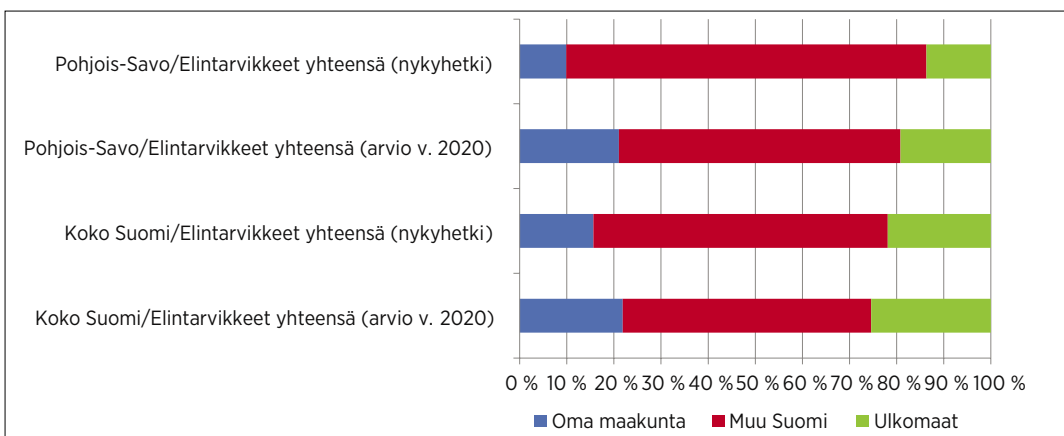
Noin puolet vastaajista kokoontuu yhteisiin tai erillisiin suunnittelukokouksiin ruokapalveluvastaavien ja elintarvikeyritysten edustajien kanssa sekä suunnittelee toimintaa yhdessä tukkuliikkeiden kanssa. Muut vastaajat tekevät yhteistyötä vaihtelevasti edellä mainituilla tavoilla. Yksi vastaaja totesi tekevänsä elintarvikkeiden tuottajien kanssa pitkiä sopimuksia, joten toistuville suunnittelukokouksille ei ole ollut tarvetta.

<sup>88</sup> Yksi vastaajista ei ilmoittanut hankintojensa euromääräistä arvoa, joten sitä ei voitu huomioida laskelmissa. Toinen vastaaja ei ilmoittanut, miten sen elintarvikehankinnat jakautuvat eri toimialoille (esim. lihatuotteet, kalatuotteet), joten sitä ei huomioitu toimialakohtaisissa laskelmissa. Kyseinen vastaaja on mukana tuloksissa, jotka kuvaavat kaikkien elintarvikehankintojen jakautumista eri alueille.

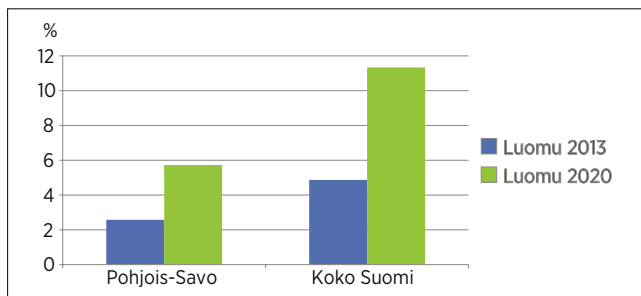
Yksi vastaajista ei ilmoittanut kaikilla toimialoilla, miten sen hankinnat kohdistuvat eri alueille. Kyseisen vastaajan hankinnat ovat huomattavasti muita vastaajia suuremmat. Jos tämän vastaajan elintarvikehankintojen jakautuminen eri alueille poikkeaa muiden vastaajien keskimääräisestä jakautumisesta, raportoidut tulokset eivät kuvaa todellista tilannetta.



**Kuvio 76.** Pohjois-Savon hankintarenkaiden ja -yksiköiden hankintojen jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille.



**Kuvio 77.** Pohjois-Savon hankintarenkaiden ja -yksiköiden hankintojen jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille vuosina 2013 ja 2020.



**Kuvio 78.** Pohjois-Savon hankintarenkaiden ja -yksiköiden luomuhankintojen osuus vuosina 2013 ja 2020.

Vastaajat esittivät monia keinoja, joilla voidaan parhaiten edistää lähiruoan käyttöä julkisektoreilla. Julkisektoreiden käyttöön sopivat tuotteet, pakkaukset ja toimitukset sekä budjetin mukainen hintataso ovat lähtökohtia, kun lähiruoan käyttöä halutaan edistää. Vastauksissa ehdotettiin esimerkiksi varasto- ja jakelukeskusten kehittämistä. Tuotteiden saatavuus, riittävä toimituskapasiteetti ja tuottajayhteistyö ovat vastaajien mukaan niin ikään tärkeitä kehityskohteita. Lähiruoan käyttöä voidaan lisätä, jos lähiruoan tuottajat pystyvät osoittamaan lähiruoan käytön antavan taloudellista tai muuta mitattavissa olevaa etua julkisektoreille.

Vastauksissa esitettiin myös yksiköiden käytettävissä olevien varojen lisäämistä keinona edistää lähiruoan käyttöä julkisektoreilla. Monissa vastauksissa korostettiin päätöksentekijöiden arvo maailman merkitystä ja alkutuotannon tärkeyttä, kuten seuraavista lainauksista ilmenee.

*”Päätäjien tulisi ymmärtää omavaraisuuden ja lähiruoan merkitys, asiasta tulisi puhua avoimesti, asiantuntijoita tulisi käyttää päätöksenteossa, yhteistyötä tuottajien ja kuntien välillä lisätä, lähituottajille ja tilanjatkajille tulisi olla paremmat starttirahat, alkutuotannolle pääomaa.”*

(Hankintayksikkö, Pohjois-Savo)



Julkinen sektori luottaa ammattitaitoiseen työvoimaan. (Kuva: EkoCentria/Tero Takalo-Eskola)

*”Ainoa järkevä tie edetä julkisissa elintarvikehankinnoissa on lähiruoan suosiminen. Jos pelkkä halvan hinnan tavoittelu jatkuu tulevaisuudessa, se merkitsee suomalaisen alkutuotannon alasajoa yhä nopeammin. Miten käy huoltovarmuuden Suomessa? Alkutuotantoa tukemalla luodaan myös uusia työpaikkoja.”*

(Hankintayksikkö, Pohjois-Savo)

### 3.14.4 MAATALOUDEN JA ELINTARVIKETEOLLISUUDEN ALUETALOUDELLISET VAIKUTUKSET

#### 3.14.4.1 Nykytilanteen vaikutukset

Maataloudella on merkittävä vaikutus Pohjois-Savon maakunnassa sekä työllisyyteen että talouteen. Maatalouden työllisyysvaikutus on lähes yhdeksän prosenttiyksikköä, mikä tarkoittaa yli 9 300 henkilötyövuotta. Maakunnan talouteen vaikutus on hieman pienempi, vähän alle viisi prosenttiyksikköä eli noin 326 miljoonaa euroa.

Elintarviketeollisuuden vaikutus on Pohjois-Savossa niin ikään merkittävä. Elintarvikete-

ollisuuden vaikutus talouteen on vielä selvästi suurempi kuin vaikutus työllisyyteen. Bruttokansantuotteeseen elintarviketeollisuuden vaikutus on jopa 9,5 prosenttiyksikköä, kun sen vaikutus työllisyyteen on noin 6,3 prosenttiyksikköä. Euroina vaikutus bruttokansantuotteeseen on yli 660 miljoonaa. Työllisyyteen vaikutus on yhteensä 6 770 henkilötyövuotta. Merkittävimmät elintarviketeollisuuden alatoimialat ovat maitotuotteiden valmistus ja juomien valmistus. Maitotuotteiden valmistus työllistää kerroinvaikutukset mukaan lukien jopa lähes 3 000 henkilötyövuotta, ja juomien valmistus noin 1 900 henkilötyövuotta. Bruttokansantuotelukuja tarkasteltaessa juomien valmistus nousee kaikkein merkittävämmäksi alatoimialaksi; vaikutus bruttokansantuotteeseen on noin 260 miljoonaa euroa.

Pohjois-Savossa maatalouden työllisyyskerroin on 1,1. Näin ollen yksi maatalouden työntekijä luo kerroinvaikutusten kautta 0,1 muuta työpaikkaa. Elintarviketeollisuuden työllisyyskerroin on Pohjois-Savossa 3,5. Tämä tarkoittaa sitä, että yksi elintarviketeollisuuden työntekijä työllistää kerroinvaikutusten kautta 2,5 muuta. Näistä 1,8 kohdistuu muuhun elintarvikeketjuun ja 0,7 alueläntalouden muihin toimialoihin.

**Taulukko 42.** Maatalouden ja elintarviketeollisuuden vaikutukset Pohjois-Savossa.

Toimiala	BKT (%-yksikköä)	BKT (milj. euroa)	Työllisyys (%-yksikköä)	Työllisyys (htv)
<b>MAATALOUS</b>	<b>4,68</b>	<b>326,90</b>	<b>8,76</b>	<b>9373</b>
Lihanjalostus ja teurastus	0,20	13,83	0,32	343
Kalanjalostus	0,26	17,99	0,15	162
Hedelmien, marjojen ja vihannesten jalostus	1,01	70,30	0,56	603
Maitotuotteiden valmistus	3,08	215,23	2,66	2847
Myllytuotteiden valmistus	0,09	5,99	0,05	53
Leipomotuotteiden valmistus	0,88	61,62	0,52	558
Muu elintarvikkeiden valmistus	0,06	4,20	0,07	72
Eläinten ruokien valmistus	0,21	14,34	0,22	231
Juomien valmistus	3,73	261,01	1,78	1902
<b>ELINTARVIKETEOLLISUUS YHTEENSÄ</b>	<b>9,51</b>	<b>664,52</b>	<b>6,33</b>	<b>6771</b>

3.14.4.2 Tulevaisuuden vaikutukset

Pohjois-Savosta kyselyyn vastanneet hankintarenkaat ilmoittivat hankkivansa tällä hetkellä alle 10 prosenttia elintarvikkeista omasta maakunnasta. Ne arvioivat, että vuonna 2020 oman maakunnan hankintojen osuus olisi 21 prosenttia eli lähituotteiden hankinnassa olisi odotettavissa melko suurta kasvua. Tällä hetkellä hankintarenkaiden elintarvikkeiden kokonaishankintojen arvo oli 19,5 miljoonaa euroa, joista oman maakunnan hankintoihin käytettiin 1,9 miljoonaa euroa. Tulevaisuudessa oman maakunnan elintarvikehankintojen arvo nousisi 4,095 miljoonaan euroon. Muutos oman maakunnan tuotteisiin käytetyssä rahamäärässä olisi siis noin 2,2 miljoonaa euroa.

Jos Pohjois-Savon hankintarenkaat käyttäisivät siis tuon 2,2 miljoonaa euroa lisää oman maakunnan elintarvikehankintoihin, vaikuttaisi se alueen työllisyyteen lähes 60 henkilötyövuotta. Näin ollen sataatuhatta euroa kohden, joka käytetään paikallisten elintarvikkeiden ostoon, vaikutetaan

maakunnan työllisyyteen 2,6 henkilötyövuoden verran, kun otetaan huomioon myös kerroinvaikutukset. Työllisyysvaikutusten lisäksi paikallisten elintarvikkeiden käyttö julkisissa keittiöissä vaikuttaa myös alueen talouteen. Pohjois-Savon osalta vaikutus bruttokansantuotteeseen olisi noin 4,3 miljoonaa euroa, jos julkisia elintarvikehankintoja kohdistettaisiin omaan maakuntaan arvioitu 2,2 miljoonaa euroa lisää.

**Taulukko 43.** Tulevaisuuden (v. 2020) vaikutukset Pohjois-Savon työllisyydelle ja taloudelle nykytilanteeseen nähden.

	Paikallisten tuotteiden käytön vaikutukset
Vaikutus työllisyyteen (htv)	58,2
Vaikutus työllisyyteen (htv) / 100 000 €	2,6
Vaikutus BKT:hen (milj. €)	4,3

### 3.15 PÄIJÄT-HÄME<sup>89</sup>

#### 3.15.1 MAATALOUS JA ELINTARVIKE-TEOLLISUUS PÄIJÄT-HÄMEESSÄ

Hämeessä on ruoantuotantoon luontaisesti hyvät edellytykset; hyvät viljelyolosuhteet mahdollistavat viljelijöille tuotantosuunnan valinnan useiden eri vaihtoehtojen välillä. Lisäksi elintarviketeollisuuteen on tehty lähiaikoina huomattavia investointeja. Voidaan olettaa, että Hämeen maa- ja elintarviketalous on myös tulevaisuudessa kilpailukykyinen, sillä ruoan kulutuskin kohdistuu eteläiseen Suomeen. (Kasvua Hämeessä, 2007.) Vuoden 2012 tilastojen mukaan Hämeessä on 4 228 maatilaa. Tämä käsittää sekä Kanta-Hämeen että Päijät-Hämeen maakuntien alueet. Yli puolet Hämeen viljelijöistä on viljanviljelijöitä. Päijät-Hämeessä sekatiiloja on enemmän kuin muita tiloja. (Matilda, 2013; Toimiala Online, 2013.)

Päijät-Hämeessä on 80 elintarvikkeiden valmistuksen toimipaikkaa vuoden 2012 tietojen mukaan, minkä lisäksi alueella on 11 juomien valmistuksen toimipaikkaa. Elintarvikkeiden ja juomien jalostuksen henkilöstö oli Päijät-Hämeessä vuonna 2011 yhteensä 1 550 ja alan liikevaihto oli noin 525 miljoonaa euroa. Päijät-Hämeessä eniten toimipaikkoja on leipomotuotteiden valmistuksessa, minkä lisäksi ala myös työllistää eniten, 834 henkilöä. Suurin liikevaihto on kuitenkin juomien

valmistuksessa, noin 337 miljoonaa euroa. Päijät-Hämeessä juomien valmistuksen liikevaihdon osuus koko Suomen juomien valmistuksen liikevaihdosta on suuri, yli 26 prosenttia. Myös myllytuotteissa Päijät-Hämeen osuus on suuri suhteessa koko maahan, noin 20 prosenttia. (Ruoka-Suomi, 2013; Toimiala Online, 2013.)

**Taulukko 44.** Päijät-Hämeen elintarvikealan toimipaikat.

Toimiala	Yritykset 2013 (kpl) <sup>90</sup>	Yritykset 2012 (kpl) <sup>91</sup>
Teurastus, lihan käsittely ja lihatuotteiden valmistus	11	4
Kalan, äyriäisten ja nilviäisten jalostus ja säilöntä	5	1
Hedelmien ja kasvien jalostus ja säilöntä	12	4
Maitotaloustuotteiden valmistus	3	2
Mylly- ja tärkkelystuotteiden valmistus	3	5
Leipomotuotteiden, makaronien yms. valmistus	31	32
Muiden elintarvikkeiden valmistus	14	9
Juomien valmistus	11	14
<b>Yhteensä</b>	<b>90</b>	<b>59</b>

<sup>89</sup> Päijät-Hämeen osalta yrityskyselyn tulokset perustuvat aikaisemman selvityksen tuloksiin (Määttä & Törmä, 2012b).

<sup>90</sup> Tiedot: Ruoka-Suomi, 2013

<sup>91</sup> Tiedot: Toimiala Online, 2013



Kymijoki virtaa Päijät-Hämeen alueella leveänä ja järvimäisenä. (Kuva: Jari Viitaharju)

### 3.15.2 YRITYSKYSelyn TULOKSIA

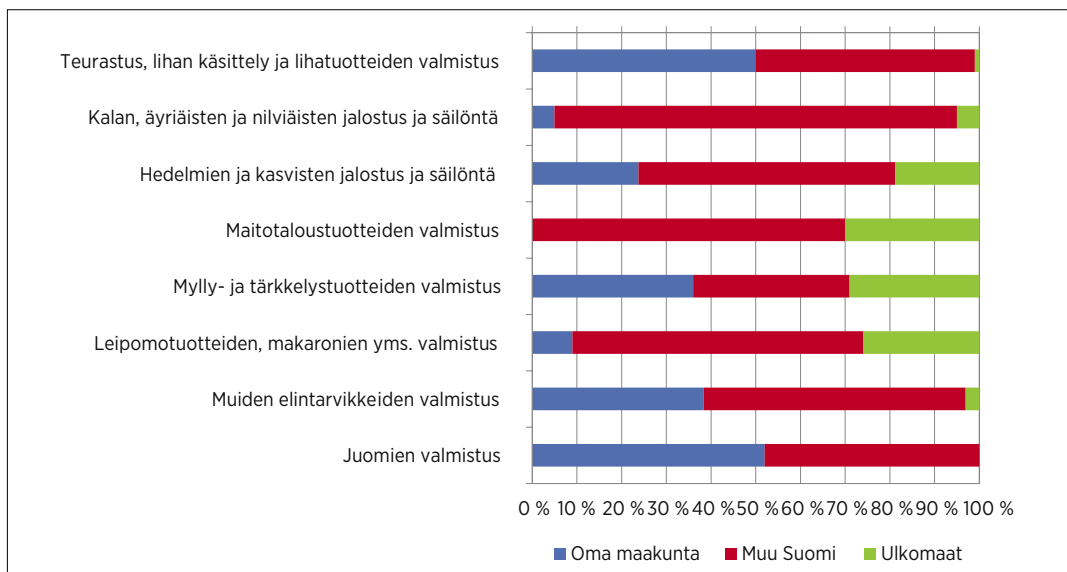
Päijät-Hämeestä yritys­kyselyyn vastasi yhteensä 24 yritystä. Päijät-Hämeen elintarvike­yritykset ostavat omasta maakunnasta keskimäärin 30 prosenttia alkutuotannon raaka-aineistaan. Muualta Suomesta ostetaan noin puolet ja ulkomailta noin 20 prosenttia alkutuotannon raaka-aineista. Toimialoittain tarkasteltuna oman maakunnan alkutuotannon raaka-aineosuudet vaihtelivat paljon. Päijät-Hämeessä juomien valmistajat sekä lihanjalostajat ostavat noin puolet alkutuotannon raaka-aineistaan omasta maakunnasta, mikä on suurin oman maakunnan osuus toimialoittain tarkasteltuna (kuvio 79). Maitotuotteiden valmistajat eivät osta lainkaan oman maakunnan alkutuotannon raaka-aineita. Maitotuotteiden ja myllytuotteiden valmistajat ostavat eniten ulkomaisia alkutuotannon raaka-aineita (noin 30 prosenttia).

Päijät-Hämeen elintarvike­yritykset myyvät omaan maakuntaan keskimäärin noin 20 prosenttia tuotteistaan. Muualle Suomeen menee noin 60 prosenttia ja ulkomaille noin 20 prosenttia yritysten tuotteista. Kun myynnin jakautumista tarkastellaan toimialoittain, tulevat esiin erot toimialojen välillä. Kalanjalostajat myyvät kaiken tuotantonsa omaan maakuntaan, kun muilla toimialoilla omaan maakuntaan myydään alle 30 prosenttia tuotteista (kuvio 80). Maitotuotteiden valmistajat myyvät suurimman osan tuotteistaan muualle Suomeen. Viennin osuus on suurin juomien valmistajilla, jotka myyvät yli 30 prosenttia tuotteistaan ulkomaille.

Elintarviketeollisuuden yrityksiltä kysyttiin myös, miten vastuullisuuskysymys tulee tulevaisuudessa näkymään yrityksen liiketoiminnassa. Osa vastaajista ilmoitti vastuullisuuden olevan merkittävä ja tärkeä asia, johon panostetaan jo nyt paljon. Vielä useampi arvioi vastuullisuuden merkityksen kasvavan tulevaisuudessa.

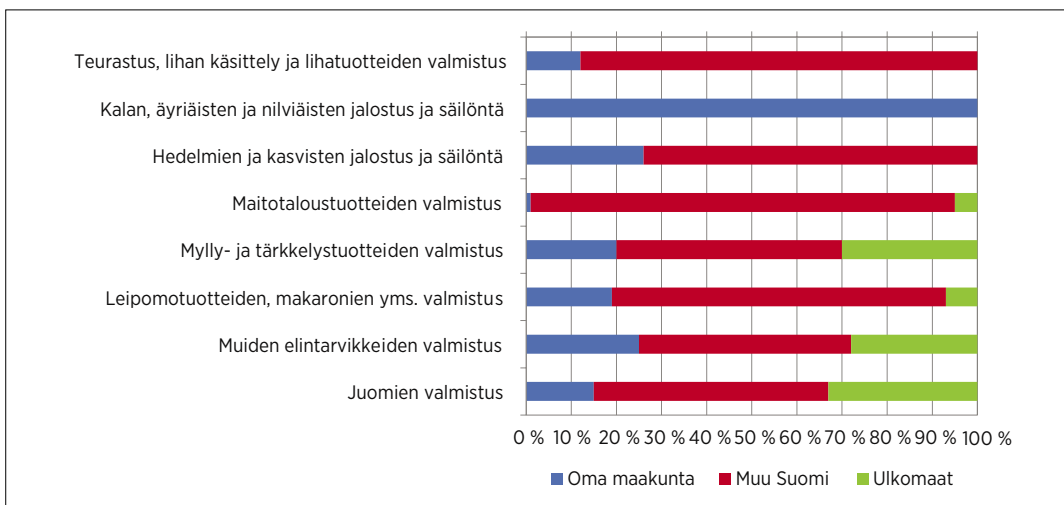
Luomutuotteiden osuus kyselyyn vastanneiden Päijät-Hämeen elintarvike­yritysten tuotteista on nykytilanteessa melko alhainen, noin kolme prosenttia (kuvio 81). Luomutuotteiden osuuden arvioitiin kuitenkin kasvavan vuoteen 2020 mennessä. Arvioiden mukaan noin seitsemän prosenttia elintarvike­yritysten tuotteista olisi luomua vuonna 2020. Sekä nykytilanne että tulevaisuuden arvio ovat jonkin verran alempia kuin koko Suomen vastaavat luvut.

Elintarviketeollisuuden yrityksille suunnatun kyselyn tulosten perusteella voidaan sanoa, että Päijät-Hämeen elintarvike­yritykset ovat optimistisia tulevaisuuden suhteen. Liikevaihdon arvioitiin pääsääntöisesti kasvavan nykytilanteesta. Jopa 83 prosenttia kyselyyn vastanneista yrityksistä arvioi liikevaihtonsa kasvavan vuosien 2013 ja 2020 välillä. Yksi yritys ilmoitti liikevaihtonsa pienevän johtuen muun muassa eläkkeelle siirtymisestä. Vastaavasti 13 prosenttia vastaajista ilmoitti liikevaihdon pysyvän nykyisellään. Niiden yritysten, jotka ilmoittivat liikevaihtonsa kasvavan, kasvuarvot vaihtelivat alle kymmenen prosentin kasvusta jopa noin sadan prosentin kasvuun. Kaikkien kyselyyn vastanneiden Päijät-Hämeen yritysten lii-

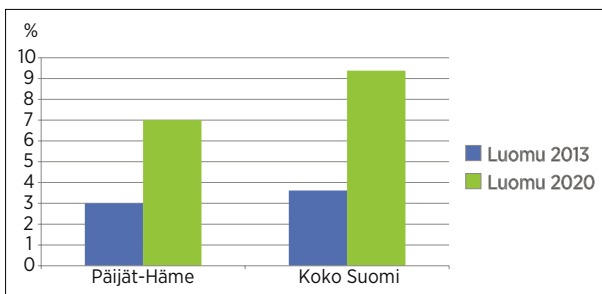


Kuvio 79. Päijät-Hämeen elintarvike­yritysten raaka-aineostojen jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille.





**Kuvio 80.** Pääjät-Hämeen elintarvikeyritysten myynnin jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille.



**Kuvio 81.**

Pääjät-Hämeen elintarvikeyritysten luomutuotannon osuus vuosina 2013 ja 2020.

kevahidon kasvuarvio yhteensä oli keskimäärin 25 prosenttia vuosien 2013 ja 2020 välillä.

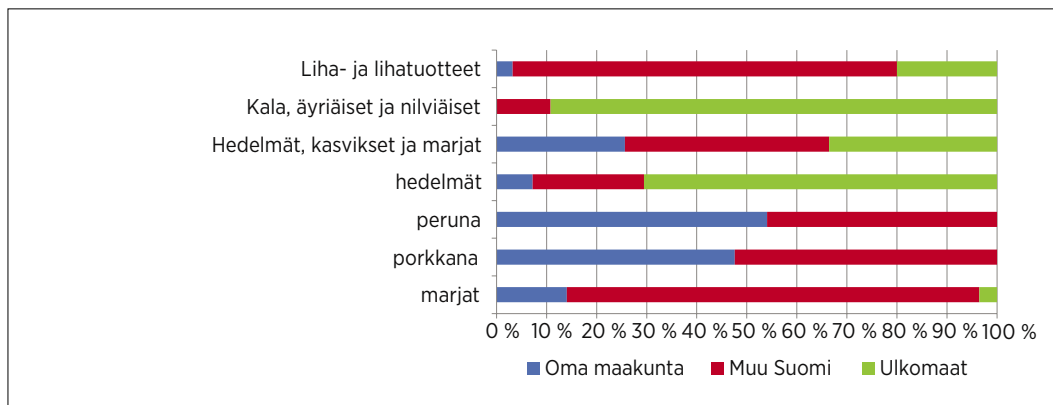
Elintarvike- ja eläintalouden yrityksiltä kysyttiin merkittävimpiä muutostrendejä, jotka vaikuttavat yritykseen tulevaisuudessa. Vastauksissa tuli selvästi esiin etenkin lähiruoa, mutta myös luomuruoan lisääntynyt kysyntä ja arvostus. Ruoan lisäaineettomuus, luonnonmukaisuus ja terveellisyys mainittiin useassa kommentissa. Lisäksi viennin kasvu ja kaupan keskittyminen tulivat esiin monessa vastauksessa.

### 3.15.3 HANKINTARENKAILLE JA -YKSIKÖILLE LÄHETETYN KYSELYN TULOKSIA

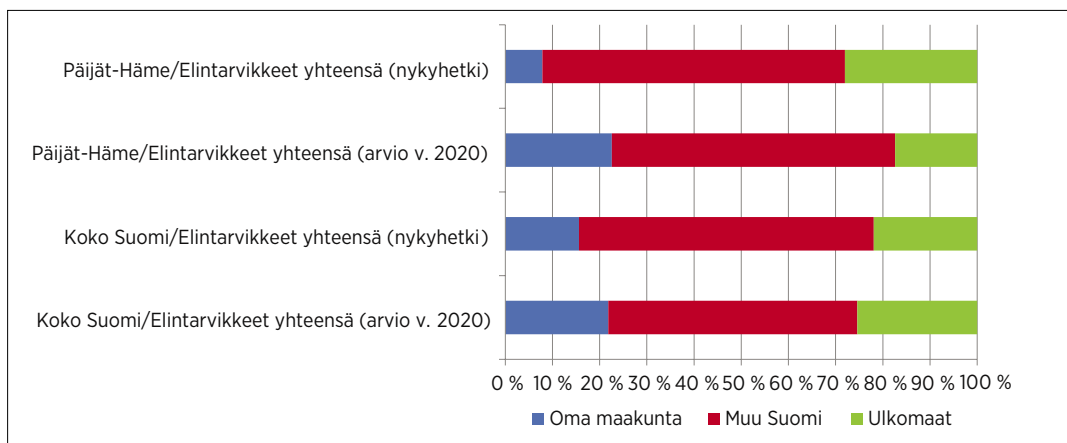
Pääjät-Hämeestä saatiin kaksi vastausta kyselyyn, joka osoitettiin hankintarenkaille ja -yksiköille. Annettujen vastausten mukaan Pääjät-Hämeen julkisektori ostettavista elintarvikkeista

kahdeksan prosenttia hankitaan omasta maakunnasta. Vastaajat ostavat vuosittain lähiruokaa noin 0,7 miljoonan euron verran. Elintarvikehankinnoista 64 prosenttia hankitaan muualta Suomesta. Loput elintarvikkeet, 28 prosenttia hankinnoista, ovat ulkomaisia tuotteita. Perunat, juurekset ja kasvikset sekä leipomotuotteet ovat merkittävimpiä omasta maakunnasta ostettavia tuotteita (kuvio 82).

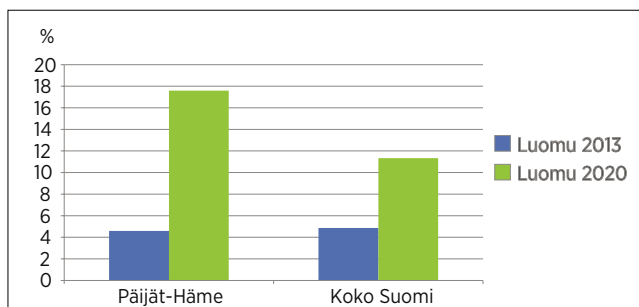
Vastaajat arvioivat, että vuonna 2020 omasta maakunnasta ostetaan 23 prosenttia elintarvikehankinnoista eli osuus nousisi selvästi nykytilanteesta. Muun Suomen osuudeksi arvioitiin 60 prosenttia ja ulkomaiden osuudeksi 17 prosenttia (kuvio 83). Paikallisten tuotteiden osuus on nykyisin Suomen kaikkia maakuntia vertailtaessa hieman keskimääräistä pienempi, mutta osuuden arvioitiin lähitulevaisuudessa kasvavan ja saavuttavan keskimääräisen tason. Pääjät-Hämeen julkisektoriin ostetaan tällä hetkellä hieman



**Kuvio 82.** Päijät-Hämeen hankintarenkaiden ja -yksiköiden hankintojen jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille.<sup>92</sup>



**Kuvio 83.** Päijät-Hämeen hankintarenkaiden ja -yksiköiden hankintojen jakautuminen eri alueille vuosina 2013 ja 2020.



**Kuvio 84.** Päijät-Hämeen hankintarenkaiden ja -yksiköiden luomuhankintojen osuus vuosina 2013 ja 2020.

<sup>92</sup> Monien toimialojen (esim. leipomotuotteet, maitotuotteet) kohdalla vain toinen vastaajista ilmoitti, missä suhteessa se ostaa kyseisen alan tuotteita omasta maakunnastaan, muualta Suomesta tai ulkomailta. Pääsääntöisesti yhden vastaajan tietoihin perustuvia tuloksia ei raportoida, joten Päijät-Hämeen kohdalla ei voida esittää kaikkien toimialojen kohdalla hankintojen jakautumista eri alueille. Vastausten perusteella kummallakaan vastaajista ei ole hankintoja, jotka kuuluvat toimialaan alkoholipitoiset juomat sekä virvoitusjuomat. Kumpikaan vastaajista ei ilmoittanut myllytuotteiden osalta hankintojensa jakautumista eri alueille, joten tältä osin Päijät-Hämeen hankinnat eivät olleet mukana laskettaessa koko maata koskevia keskimääräisiä lukuja.

enemmän ulkomaisia elintarvikkeita kuin maassa keskimäärin. Päijät-Hämeen elintarvikehankintojen kotimaisuusasteen arvioitiin kuitenkin nousevan vuoteen 2020 mennessä. Kehityssuunta on tältä osin päinvastainen kuin maassa keskimäärin. Päijät-Hämeen elintarvikehankintojen kotimaisuusasteen ennakoitiin kohoavan keskimääräistä korkeammalle tasolle.

Päijät-Hämeen elintarvikehankinnoista hie-  
man alle viisi prosenttia on nykyisin luomutuot-  
teita (kuvio 84). Luomutuotannon osuuden arvioi-  
daan kasvavan jopa yli 17 prosenttiin vuoteen 2020  
mennessä. Luomun osalta Päijät-Hämeen tilanne  
vastaa nykyisin keskimääräistä tasoa, mutta vuo-  
delle 2020 arvioitu luomuosuus ylittää koko maata  
koskevan keskimääräisen arvion.

Vastaajien näkemykset siitä, mitkä ovat mer-  
kittävimpiä elintarvikehankintoihin vaikuttavia  
muutostrendejä vuoteen 2020 mennessä, liittyvät  
lähiruokaan. Vastaajat ovat havainneet, että asi-  
akkaiden kiinnostus lähiruokaa kohtaan kasvaa.  
Paikallisten tuottajien mahdollisuudet osallistua  
kilpailutukseen muuttuvat joustavammiksi esi-  
merkiksi osatarjousten myötä.

Päijät-Hämeen hankintayksiköt tekevät yhteis-  
työtä etenkin elintarvikkeiden tuottajien kanssa  
järjestäen yhteisiä suunnittelukokouksia. Myös  
tukkuliikkeiden kanssa keskustellaan yhteisissä  
suunnittelukokouksissa. Vastaajat olivat yksimie-  
lisiä siitä, että elintarvikkeiden tuottajien välinen  
yhteistyö on paras keino edistää lähiruoan käyttöä  
julkisektörisektorilla.

### 3.15.4 MAATALOUDEN JA ELINTARVIKE- TEOLLISUUDEN ALUETALOUDELLISET VAIKUTUKSET

#### 3.15.4.1 Nykytilanteen vaikutukset

Tulosten perusteella maatalouden vaikutus Päijät-  
Hämeen BKT:hen on reilut kaksi prosenttiyksik-  
köä eli noin 143 miljoonaa euroa (taulukko 45).  
Maatalouden vaikutus Päijät-Hämeen työllisyy-  
teen on noin 2,7 prosenttiyksikköä eli 2 136 hen-  
kilötyövuotta.

Elintarviketeollisuuden vaikutus maakunnan  
BKT:hen on Päijät-Hämeessä erittäin merkittävä,  
noin 13 prosenttiyksikköä. Alatoimialoista suurin  
vaikutus alueen BKT:hen on juomien valmistuk-  
sella, noin yhdeksän prosenttiyksikköä. Yli kahden  
prosenttiyksikön vaikutus on myös leipomotuo-  
tteiden valmistuksella. Elintarvikkeiden ja juomien  
valmistuksen vaikutus Päijät-Hämeen BKT:hen on  
yhteensä noin 825 miljoonaa euroa, kun kerroin-  
vaikutukset lasketaan mukaan. Päijät-Hämeen



Leipomotuotteiden valmistus on merkittävä työllistäjä.  
(Kuva: Päivi Töyli)

merkittävimmän alatoimialan eli juomien valmis-  
tuksen vaikutus BKT:hen on noin 580 miljoonaa  
euroa.

Tulosten mukaan maakunnan ruoantuotan-  
nolla on selkeä vaikutus myös työllisyyteen. Elin-  
tarvikkeiden ja juomien valmistuksen toimialojen  
vaikutus Päijät-Hämeen työllisyyteen on noin kuusi  
prosenttiyksikköä, mikä on henkilötyövuosina  
noin 4 880 henkilötyövuotta. Elintarviketeollisuu-  
den alatoimialoista suurin vaikutus työllisyyteen  
on juomien valmistuksella, jonka työllisyysvaiku-  
tus on reilut 3 000 henkilötyövuotta. Myös leipo-  
motuotteiden valmistuksella on yli 1 000 henkilö-  
työvuoden työllisyysvaikutus.

Päijät-Hämeessä maatalouden työllisyysker-  
roin on 1,2, jolloin yksi alkutuotannon työntekijä  
työllistää kerroinvaikutusten kautta 0,2 muuta:  
0,1 muuhun ruokaketjuun ja 0,1 muille toimialoil-  
le. Päijät-Hämeen elintarvikkeiden ja juomien  
valmistuksen työllisyyskerroin on 3,1, jolloin yksi  
elintarviketeollisuuden työntekijä työllistää ker-  
roinvaikutusten kautta 2,1 muuta: muuhun ruoka-  
ketjuun 1,0 ja muille toimialoilte 1,1 henkilöä.

#### 3.15.4.2 Tulevaisuuden vaikutukset

Päijät-Hämeestä kyselyyn vastanneet hankinta-  
renkaat ilmoittivat hankkivansa tällä hetkellä kah-  
deksan prosenttia elintarvikkeista omasta maa-

Taulukko 45. Maatalouden ja elintarviketeollisuuden vaikutukset Päijät-Hämeessä.

	BKT (%-yksikköä)	BKT (milj. euroa)	Työllisyys (%-yksikköä)	Työllisyys (htv)
MAATALOUS	2,31	142,5	2,65	2136
Lihanjalostus ja teurastus	0,01	0,5	0,01	8
Kalanjalostus	0,12	7,2	0,04	31
Hedelmien, marjojen ja vihannesten jalostus	0,00	0,1	0,03	27
Rasvojen ja öljyjen valmistus	0,00	0,1	0,00	3
Maitotuotteiden valmistus	0,14	8,5	0,12	94
Myllytuotteiden valmistus	1,22	75,5	0,35	280
Leipomotuotteiden valmistus	2,33	144,0	1,63	1314
Muu elintarvikkeiden valmistus	0,18	11,0	0,09	75
Eläinten ruokien valmistus	0,00	0,1	0,00	1
Juomien valmistus	9,16	577,6	3,77	3044
ELINTARVIKETEOLLISUUS YHTEENSÄ	13,15	824,5	6,04	4877

kunnasta. Ne arvioivat, että vuonna 2020 oman maakunnan hankintojen osuus olisi lähes 23 prosenttia eli lähituotteiden hankinnassa olisi odotettavissa melko suurta kasvua. Tällä hetkellä hankintarenkaiden elintarvikkeiden kokonaishankintojen arvo oli 8,3 miljoonaa euroa, joista oman maakunnan hankintoihin käytettiin 0,7 miljoonaa euroa. Tulevaisuudessa oman maakunnan elintarvikehankintojen arvo nousisi 1,9 miljoonaa euroon. Muutos oman maakunnan tuotteisiin käytetyssä rahamäärässä olisi siis noin 1,2 miljoonaa euroa.

Jos Päijät-Hämeen hankintarenkaat käyttäisivät arvioidun 1,2 miljoonaa euroa lisää oman maakunnan elintarvikehankintoihin, vaikuttaisi se alueen työllisyyteen noin 50 henkilötyövuotta. Näin ollen sataatuhatta euroa kohden, joka käytetään paikallisten elintarvikkeiden ostoon, vaikutetaan maakunnan työllisyyteen 4,2 henkilötyövuoden verran, kun otetaan huomioon myös kerroinvaikutukset. Työllisyysvaikutusten lisäksi paikallisten elintarvikkeiden käyttö julkisissa keittiöissä vaikuttaa myös alueen talouteen. Päijät-Hämeen osalta vaikutus bruttokansantuotteeseen olisi 3,2 miljoonaa euroa, jos julkisia elintarvikehankintoja kohdistettaisiin omaan maakuntaan arvioitu 1,2 miljoonaa euroa lisää.

Taulukko 46. Tulevaisuuden (v. 2020) vaikutukset Päijät-Hämeen työllisyydelle ja taloudelle nykytilanteeseen nähden.

	Paikallisten tuotteiden käytön vaikutukset
Vaikutus työllisyyteen (htv)	50,6
Vaikutus työllisyyteen (htv) / 100 000 €	4,2
Vaikutus BKT:hen (milj. €)	3,2

Päijät-Hämeen osalta aluetalousvaikutuksia on selvitetty aikaisemminkin (Määttä & Törmä, 2012b). Tuossa raportissa laskettiin elintarviketalouden ja maatalouden vaikutusten lisäksi myös ravitsemistoiminnan sekä elintarvikkeiden tukku- ja vähittäiskaupan vaikutuksia maakunnan työllisyydelle ja taloudelle. Tulevaisuuden vaikutuksia laskettiin vuonna 2012 ilmestyneessä raportissa perustuen hämäläisten elintarvikealan yritysten ilmoittamiin liikevaihdon kasvulukuihin, kun tässä raportissa vaikuttavuuslaskelmat perustuvat julkisten keittiöiden ilmoittamiin muutoksiin oman maakunnan raaka-aineiden ostoissa.

## 3.16 SATAKUNTA

### 3.16.1 MAATALOUS JA ELINTARVIKE-TEOLLISUUS SATAKUNNASSA

Perinteisesti maatalous on ollut Satakunnassa keskeinen työllistäjä, mutta rakennemuutoksen myötä maatilojen lukumäärä on vähentynyt selvästi. Vuonna 2000 Satakunnassa oli 5 643 maatilaa, mutta vuonna 2012 tilojen määrä oli laskenut 3 697:aan (poistuma 34,5 %). Samalla keskipelto-ala on kuitenkin noussut. (Matilda, 2013.) Satakunnassa kotieläintuotanto on päätuotantosuunta 23 prosentilla maataloista. Tuotannolla on suuri merkitys tulolähteenä, sillä kotieläintuotannosta saatujen myyntitulojen osuus lähentelee 60 prosenttia kaikista maatalouden myyntituloista Satakunnassa. Satakunnassa tuotetaan 3-4 prosenttia koko Suomen maidon ja naudanlihan osuudesta, 10 prosenttia sianlihasta ja 23 prosenttia muusta lihasta, josta pääosa on broileria. Satakunnan vahvuutena on maataloustuotannon monipuolisuus. Kun lasketaan maataloudesta saadut myyntitulot yhteen, viljatulojen osuus on 15 prosenttia ja muiden kasvien 26 prosenttia. Nautakarjataloudella (maito ja naudanliha) on viidenneksen osuus, sikataloudella 17 prosenttia ja muulla lihalla (lähinnä siipikarjanlihaa) viidennes. (Kallinen, 2012.) Luomutilojen määrä vuonna 2012 oli Satakunnassa 155 kappaletta, mikä on noin 3,6 prosenttia koko Suomen luomutiloista. (Evira, 2013.)

Vuonna 2012 Satakunnassa oli 3 697 maatilaa, joista eniten oli viljanviljelyn (2 107 tilaa), erikoiskasvituotannon (407 tilaa) ja lypsykarjatalouden (323 tilaa) tiloja. Viljelijöitä maakunnassa oli vuonna 2012 yhteensä 3 241. Satakunnassa on koko maan keskiarvoa enemmän sikatalouden, siipikarjatalouden, viljanviljelyn ja erikoiskasvituotannon maataloja suhteessa tilojen määrään. Lypsykarjatalouden, muun kasvituotannon ja muun tuotannon tilojen osuus Satakunnassa on selvästi pienempi kuin koko maassa keskimäärin. (Pyhäjärvi-instituutti, 2006; Matilda, 2013.)

Elintarviketaloudella on Satakunnassa suuri merkitys koko aluetalouden kannalta. Maatalouden, elintarvikkeiden tuotannon ja jalostuksen arvo on maan keskitasoa korkeampi. Kun maakunnan elintarviketaloutta tarkastellaan kokonaisuutena, maatalouden panosten valmistus (muun muassa koneet, laitteet, lannoitteet), alkutuotanto, jalostus ja toisaalta elintarvikeketjun muut osat (kauppa, ravitsemistoiminta, oheisteollisuus, huolto ja valvonta) työllistävät Satakunnassa toistakymmentätuhatta ihmistä. (Pyhäjärvi-instituutti, 2006; Matilda, 2013.)

**Taulukko 47.** Satakunnan elintarvikealan toimipaikat.

Toimiala	Yritykset 2013 (kpl) <sup>93</sup>	Yritykset 2012 (kpl) <sup>94</sup>
Teurastus, lihan käsittely ja lihatuotteiden valmistus	30	22
Kalan, äyriäisten ja nilviäisten jalostus ja säilöntä	41	9
Hedelmien ja kasvien jalostus ja säilöntä	46	10
Maitotaloustuotteiden valmistus	2	1
Mylly- ja tärkkelystuotteiden valmistus	7	2
Leipomotuotteiden, makaronien yms. valmistus	51	37
Muiden elintarvikkeiden valmistus	20	20
Juomien valmistus	4	2
<b>Yhteensä</b>	<b>201</b>	<b>103</b>

Elintarvikkeita jalostavien yritysten määrä Satakunnassa on pysynyt suurin piirtein ennallaan, noin 200 kappaleessa, vuodesta 2006 vuoteen 2012. Yrityksistä yli 85 prosenttia oli alle 10 työntekijän yrityksiä. (Ruoka-Suomi, 2013.) Elintarvikkeiden jalostuksen henkilöstö oli Satakunnassa vuonna 2011 yhteensä 2 353 ja alan liikevaihto oli noin 559 miljoonaa euroa. Elintarvikealan alatoimialoista eniten toimipaikkoja on leipomotuotteiden valmistuksessa. Lihanjalostus sen sijaan on suurin työllistäjä maakunnassa elintarvikealan alatoimialoista työllistäen 1 242 henkilöä. Myös suurin liikevaihto on lihanjalostuksessa, noin 278 miljoonaa euroa. (Toimiala Online, 2013.)

### 3.16.2 YRITYSKYSELYN TULOKSIA

Satakunnasta yrityskyselyyn vastasi yhteensä 40 yritystä. Vastaajista 10 toimii lihanjalostuksen ja teurastuksen toimialalla ja 10 leipomotuotteiden valmistuksessa. Loput vastaajat jakautuivat tasaisesti muille alatoimialoille.

Satakunnan elintarvikealan yritykset ostavat tuotantonsa raaka-aineista keskimäärin 47 prosenttia omasta maakunnasta. Oman maakunnan osuus on suurin niiden yritysten kohdalla, jotka ja-

<sup>93</sup> Tiedot: Ruoka-Suomi, 2013

<sup>94</sup> Tiedot: Toimiala Online, 2013



Kalkkuna elämänsä alkutaipaleella. (Kuva: Leena Viitaharju)

lostavat hedelmiä, kasviksia ja marjoja.<sup>95</sup> Yritykset ostavat keskimäärin 32 prosenttia raaka-aineistaan muualta Suomesta ja 21 prosenttia ulkomailta. Tuontiraaka-aineiden osuus on suurin kalanjalostuksen toimialalla (kuvio 85).

Paikallisten raaka-aineiden käyttö ei ole vähennemässä lähitulevaisuudessa. Noin 82 prosenttia vastaajista arvioi, että omasta maakunnasta hankitaan jatkossa suunnilleen yhtä paljon raaka-aineita kuin nykyisinkin. Noin 15 prosenttia vastaajista puolestaan arvioi, että paikallisia raaka-aineita käytetään tulevaisuudessa nykyistä enemmän. Yksi vastaaja (kolme prosenttia vastaajista) ennakoii oman maakunnan osuuden pienenevän.

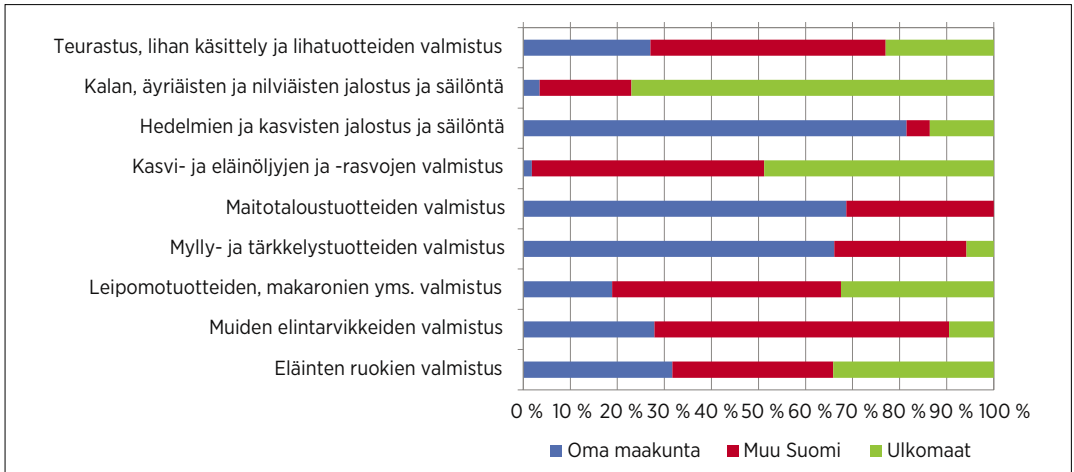
Monissa yrityksissä raaka-aineet tuotetaan itse. Vastauksissa huomautettiin, että paikallisten raaka-aineiden käytön määrä riippuu niiden saata-

vuudesta, hinnasta ja laadusta. Vastauksissa kiinnitettiin huomiota myös siihen, että lainsäädäntö voi rajoittaa mahdollisuuksia käyttää paikallisia raaka-aineita. Muutamissa vastauksissa todettiin, että vastaajilla ei ole käytettävissään maakuntatasoista tietoa siitä, mistä suuremmilta toimittajilta ostettavat, kotimaiset raaka-aineet ovat lähtöisin. Vastauksissa tuotiin esiin, että paikallisia raaka-aineita käyttämällä yritykset kannattavat lähituottajia, luovat alueelle työllisyyttä ja tukevat Satakunnan kehittymistä. Lähellä tuotettuja raaka-aineita suosimalla yritykset voivat myös lyhentää kuljetusmatkoja.

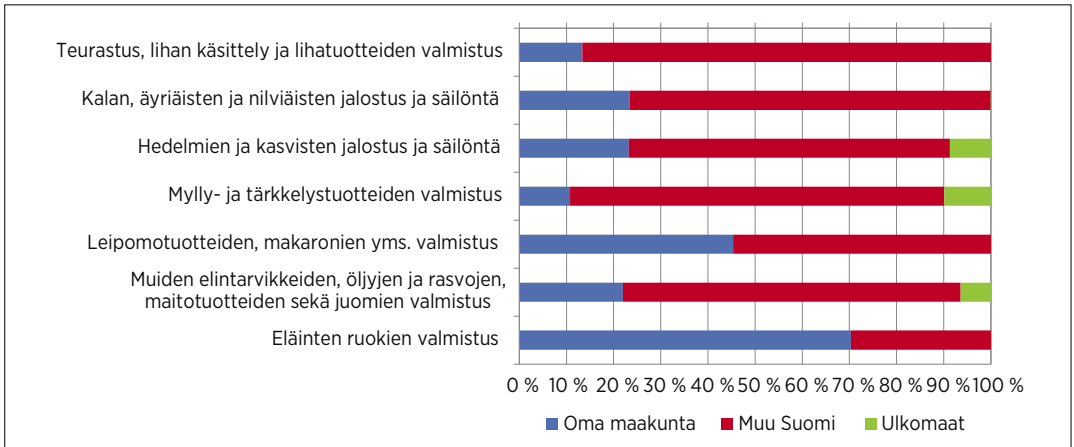
Satakuntalaisten yritysten valmiiden tuotteiden myynnistä kohdistuu keskimäärin 28 prosenttia omaan maakuntaan. Eniten tuotteitaan omaan maakuntaan myyvät leipomoalan yritykset sekä eläinten ruokien valmistajat (kuvio 86). Muualle Suomeen myydään keskimäärin 68 prosenttia tuotannosta. Ulkomaanviennin osuus on keskimäärin neljä prosenttia myynnistä.

Lähes puolet (48 %) Satakunnan elintarvikeyritysten liikevaihdosta kertyy myynnistä ruokapalveluita tuottaville yrityksille ja yhteisöille. Tämä osuus sisältää myös sellaista myyntiä, jossa elintarvikeyritykset myyvät tuotteitaan toisille elintarvikeyrityksille jatkojalostettavaksi ja väli-

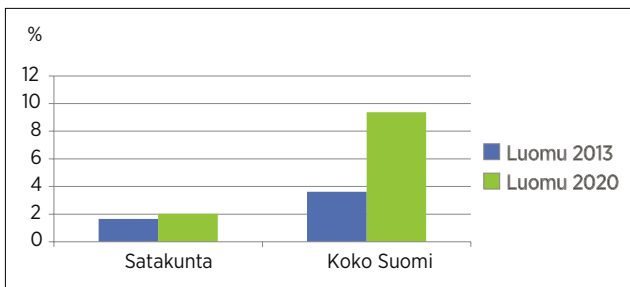
<sup>95</sup> Vastausten perusteella useat elintarvikeyritykset tuottavat päätoimialaansa kuuluvien tuotteiden lisäksi muihin alatoimialoihin luettavia tuotteita. Raportoiduissa tuloksissa on huomioitu kaikkien yritysten vastaukset riippumatta siitä, kuinka suuri osa yrityksen liikevaihdosta kertyy kyseiseltä alatoimialalta. Etenkin kasviöljyjä ym., maitotaloustuotteita sekä mullitytuotteita päätoimisesti valmistavissa yrityksissä miltei kaikki raaka-aineet ostetaan omasta maakunnasta. On kuitenkin huomattava, että näiltä aloilta saatiin ainoastaan yksittäisiä vastauksia. Jos tuloksissa huomioitaisiin ainoastaan tietyllä alatoimialalla päätoimisesti toimivat yritykset, alatoimialan tulokset perustuisivat yleensä vain yhden tai muutaman yrityksen vastauksiin eivätkä tulokset siten välttämättä kuvaisi todellista tilannetta.



**Kuvio 85.** Satakunnan elintarvikeyritysten raaka-aineostojen jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille.<sup>96</sup>



**Kuvio 86.** Satakunnan elintarvikeyritysten myynnin jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille.<sup>97</sup>



**Kuvio 87.** Satakunnan elintarvikeyritysten luomutuotannon osuus vuosina 2013 ja 2020.

<sup>96</sup> Kyselyyn vastanneet juomien valmistajat eivät ilmoittaneet, missä suhteessa heidän raaka-aineostonsa jakautuvat eri alueille.

<sup>97</sup> Kasvi- ja eläinöljy- ja -rasvoja, maitotaloustuotteita ja juomia valmistavilta yrityksiltä saatiin ainoastaan yksi vastaus alatoimialaa kohden. Yhteen vastaukseen perustuvia tuloksia ei raportoida erikseen, joten näiden alatoimialojen kohdalla annetut vastaukset on yhdistetty muiden elintarvikkeiden valmistajien vastauksiin.



tettäväksi kuluttajille. Myös vähittäiskaupan osuus on huomattava, 36 prosenttia myynnistä. Tukku-liikkeille kohdistuvan myynnin osuus on 13 prosenttia ja suoramyyntin osuus kolme prosenttia liikevaihdosta.

Luumutuotannon osuus Satakunnan elintarvikeyritysten tuotannossa on nykyisin hieman alle kaksi prosenttia (kuvio 87). Vastaajien esittämien arvioiden perusteella osuus kasvaa vähän yli kahteen prosenttiin vuoteen 2020 mennessä. Luomun osuus jäi siis selvästi alle koko Suomen keskiarvon, ja ero olisi vain kasvamassa lähitulevaisuudessa.

Muutama vastaaja kertoi tuottavansa elintarvikkeita – ainakin pääosin – luomutuotannon periaatteiden mukaisesti, mutta he eivät ole hakeneet tuotannolleen luomumerkintää.

*”Noin 10 vuoden ajan olen toiminut tyystin luomun tuottajana. Tällä hetkellä ei virallisia lupia luomuun ole, mutta viljelytekniikka on edelleen tyystin luomun omainen.”*

(Myllytuotteiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Satakunta)

Vastauksissa pohdittiin luomun – kuten myös lähiruoan – käsitettä. Eräs vastaaja arvioi, että luomu saattaa olla arvostetumpaa esimerkiksi pääkaupunkiseudulla ja varakkaampien kuluttajien keskuudessa. Vastaajan mukaan asiakkaat voivat ilmaista kyselyissä kiinnostuksensa luomutuotteita kohtaan, mutta kiinnostus ei välttämättä johda ostopäätökseen. Toinen vastaaja puolestaan totesi, että asiakkaat eivät ole valmiita maksamaan luomutuotteista korkeampaa hintaa, joka johtuu kalliimmista raaka-aineista. Lisäksi vastaajan mukaan luomutuotantoon kohdistuva sääntely ja valvonta koetaan tiukaksi.

Neljä viidestä satakuntalaisesta elintarvikeyrityksestä arvioi, että liikevaihto kasvaa vuoteen 2020 ulottuvalla jaksolla. Noin 12 prosenttia vastaajista ennakoivat liikevaihtonsa pysyvän nykyisellä tasolla. Seitsemän prosenttia vastaajista arvioi liikevaihtonsa pienenevän lähivuosien kuluessa, lähinnä yritystoiminnan lopettamisen ja yrittäjän eläkkeelle jäämisen myötä. Puolet vastaajista arvioi liikevaihdon kasvavan alle 20 prosenttia kyseisellä ajanjaksolla. Keskimäärin vastaajat arvioivat elintarvikealan liikevaihdon kasvavan noin 19 prosenttia vuoteen 2020 mennessä.

*”Kotimaisen kalan menekki vaikuttaa parantuvan lähiruokatrendin myötä”*

(Kalanjalostaja, alle kymmenen työntekijää, Satakunta)

*”Kasvua toivotaan tietenkin, mutta ei sitä tiedä mihin tämä maailma ja taluspuoli tulee seitsemän vuoden sisään menemään. Vaikea kysymys.”*

(Muiden elintarvikkeiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Satakunta)

Kuluttajakäyttäytymisessä tapahtuvat muutokset nousivat keskeisiksi muutostrendeiksi, jotka vaikuttavat Satakunnan elintarvikeyritysten toimintaan vuoteen 2020 mennessä. Lähiruoan suosion vahvistuminen mainittiin vastauksissa useimmin. Vastaajien mukaan myös kotimaisten, terveellisten, puhtaiden, luomuna tuotettujen, lisäaineettomien ja vähän prosessoitujen elintarvikkeiden kysyntä kasvaa seuraavien vuosien kuluessa. Toisaalta vastausten mukaan asiakkaat kaipaavat yhä pidemmälle jalostettuja tuotteita. Vastauksissa arvioitiin, että tulevaisuudessaakin ilmenee karpauksen kaltaisia nopeita ruokatrendejä. Myös kasvien kulutuksen arvioitiin kasvavan. Lisäksi asiakkaat ovat yhä enemmän kiinnostuneita tuotteiden alkuperästä ja vaativat tuotantoketjun läpinäkyvyyttä.

*”Terveellisyys, lisäaineettomuus, puhtaus sekä Suomalaisuus”*

(Lihatuuotteiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Satakunta)

Keskeisiä muutostrendejä pohtiessaan satakuntalaiset elintarvikeyritykset toivat esiin myös lainsäädännön ja poliittisten päätösten merkityksen. Etenkin juomia valmistavat yritykset kiinnittivät huomiota lainsäädännössä tapahtuviin muutoksiin. Maatalouspolitiikan muutosten vaikutuksista kertoivat puolestaan niin lihatuotteiden, myllytuotteiden kuin eläinten rehujen valmistajat. Yleisen taloustilanteen ja kustannusten kehittyminen, elintarvikkeiden tuonnin lisääntyminen, kilpailun kiristyminen, harmaa talous, rakennemuutos ja median kiinnostuksen kohteet ovat niin ikään tekijöitä, jotka vaikuttavat yritysten toimintaan. Lisäksi vastaajat kiinnittivät huomiota siihen, että yrittäjän ikääntyminen, omistajan vaihtuminen, tuotannon laajentaminen, asiakaskunnan laajeneminen ja myyntikanavissa tapahtuvat muutokset vaikuttavat yritystoimintaan merkittävästi.

*”Läpinäkyvyys paranee, avoimuus koko ruokaketjussa. Ns. kuluttajan rajapintaan meneminen. Massatuotannon osuus vähenee ja lähiruoalle ns. kasvot, eli mistä peräisin. Tähän vaikuttaa tietysti osittain yhteiskunnan taloudellinen tilanne (taantuma?); onko varaa. Tie-*



Välillä voi hieman herkutella. (Kuva: Päivi Töyli)

*totekninen kehitys tosin mahdollistaa tiedon jakamisen ja läpinäkyvyyden parantamisen myös ilman sen suurempia kustannuksia. Naturellit raaka-aineet. Myös sama kuluttaja käyttäytyy erilailla eri tilanteissa (vkl/ arki).”* (Lihatuotteiden valmistaja, yli 50 työntekijää, Satakunta)

*”Kylläpä se on keskeisin varmasti tämä ”Suur-Suomen” rakentaminen. Kaikki tuotanto laite- taan niin isolle ja kilpailu on kovaa.”* (Muiden elintarvikkeiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Satakunta)

Puolet kyselyyn osallistuneista Satakunnan elintarvikealan yrityksiä edustavista vastaajista ilmoitti, että vastuu ympäristöstä ja paikallisyhteisöstä koetaan yrityksessä erittäin tärkeäksi. Ympäristövastuu on lisäksi melko tärkeää 23 prosentille ja tärkeää 25 prosentille vastaajista. Yksi vastaaja (kaksi prosenttia vastaajista) ilmoitti, että ympäristövastuu koetaan yrityksessä vain vähän tärkeäksi aihealueeksi. Vastaajat korostivat sitä, että heidän toimintansa riippuu suuressa määrin

ympäristön tilasta, joten ympäristön huomioiminen on tärkeää myös tästä näkökulmasta. Vastauksissa kerrottiin myös toistuvasti, että ympäristökysymyksiin kiinnitetään huomiota yritysten kaikessa toiminnassa.

Vastauksissa esitettiin monenlaisia tapoja, joilla yritykset käytännössä kantavat ympäristövastuuta. Vastausten perusteella alueen yritykset huolehtivat ympäristöstä muun muassa vähentämällä jätteiden ja päästöjen määrää, hyödyntämällä jätteet tehokkaasti sekä minimoimalla kuljetuksista aiheutuvat päästöt. Niin ikään yritykset huomioivat ympäristönäkökohdat, kun ne kehittävät tuotantoprosessejaan, valitsevat pakkausmateriaaleja, tekevät investointipäätöksiä ja pyrkivät hostamaan resurssien käyttöä. Ravinteiden kierrättäminen, luomuelintarvikkeiden tuottaminen, lainsäädännön noudattaminen sekä eläinten hyvinvoinnista huolehtiminen nimettiin myös vastauksissa keskeisiksi tavoiksi kantaa vastuuta ympäristöstä. Monissa yrityksissä on käytössä ympäristöohjelmia ja standardeja, ja yritykset osallistuvat erilaisiin ympäristöhankkeisiin.

*"Kaikessa toiminnassa näkyy. Nämä asiat ovat jotenkin Suomessa niin itsestään selvyyksiä että vaikea alkaa luettelemaan mitään yksittäistä asiaa, niitä on niin paljon."*

(Myllytuotteiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Satakunta)

*"Mielestäni tällaisesta asiasta ei tulisi tehdä asteikkoa miten tärkeää, yhteiskuntavastuukysymysten (ympäristö, paikallisyhteisö) tulisi olla ennemminkin yrityksen sisältä lähteviä itsestäänselvyyksiä, jotka tehdään automaattisesti ja omasta halusta, eikä esim. kertoakseen jollekin että näin toimitaan tai siksi että jokin taho tällaista velvoittaa."*

(Lihatuuotteiden valmistaja, yli 50 työntekijää, Satakunta)

Paikallisyhteisöstä kannettava vastuu on siis vastuusten perusteella erittäin tärkeää 51 prosentille vastaajista. Vastuu koetaan melko tärkeäksi 31 prosentissa ja tärkeäksi kymmenessä prosentissa kyselyyn osallistuneista yrityksistä. Kahdeksan prosenttia vastaajista kertoi kokevansa vastuun paikallisyhteisöstä vain vähän tärkeäksi. Vastaajat korostivat yritysten välisen yhteistyön merkitystä: raaka-aineita hankitaan paikallisilta tuottajilta, ja yritykset markkinoivat myös toistensa tuotteita. Lisäksi yritykset työllistivät alueen asukkaita sekä tukevat paikallisten yhdistysten ja seurojen toimintaa.

*"Paikallisen alueen alkutuotannon tuottajilta raaka-aineet."*

(Myllytuotteiden valmistaja, alle 20 työntekijää, Satakunta)

*"Paikallisyhteisön etu menee ohi kannattavan taloudellisen toiminnan."*

(Lihanjalostaja, alle kymmenen työntekijää, Satakunta)

*"Halu säilyttää ja kehittää toimintaa paikallisesti."*

(Myllytuotteiden valmistaja, alle 20 työntekijää, Satakunta)

Puolet kyselyyn osallistuneista yrityksistä on vastannut jossain vaiheessa julkisen sektorin tarjouspyyntöön. Yksi vastauksista on annettu yhteistyössä muiden yritysten kanssa, muut vastaukset on tehty itsenäisesti. Huomattava osa yrityksistä ei siis ole osallistunut julkisen sektorin hankintakilpailutukseen. Osalla yrityksistä tuotevalikoima on sellainen, että se ei sovellu julkiskeittitöiden

käyttöön. Muutama vastaaja totesi, että yrityksen tuotantomäärät eivät riitä kattamaan julkisen sektorin tarpeita. Toisaalta yhtä moni yritys kertoi, että julkiskeittitöiden kysyntä on pientä verrattuna heidän tuotantomääriinsä ja ongelmakohta onkin logistiikassa – elintarvikeyritysten ja julkiskeittitöiden välille tarvittaisiin jokin toimija. Lisäksi vastauksissa kerrottiin, että yritykset ovat löytäneet tuotteilleen hyvin kysyntää muualtakin ja julkisen sektorin maksamalla hinnalla toimittaminen ei olisi kannattavaa.

Vastauksissa tuotiin esiin suurkeittitöiden hankintoihin liittyviä kehityskohteita. Eräässä vastauksessa toivottiin, että myös yksityiset suurkeittitöt tekisivät paikallisia hankintoja. Toinen vastaaja kiinnitti huomiota siihen, että tarjouspyyntöihin vastaaminen ja toimitussopimuksiin sitoutuminen edellyttävät osaamista ja tarkkuutta. Useissa vastauksissa toivottiin, että yhteistyö julkisen sektorin kanssa edellyttäisi nykyistä vähemmän paperitöitä. Toinen vastauksissa esitetty toive oli, että hankinnoista voitaisiin sopia paikallisesti ja siten varmistaa, että päätökset ovat kummankin osapuolen kannalta järkeviä ja kannattavia.

*"Maakunnan julkisen sektorin hankintoihin voi päästä mukaan, mutta yksityiset suurkeittitöt -- tekevät isoja valtakunnallisia sopimuksia"*

(Hedelmien, kasvien ja marjojen jalostaja, alle kymmenen työntekijää, Satakunta)

*"Siihen vaan alkaa tarvitsemaan ammattilaisen siihen kaavakkeen täyttö hommaankin. Ei olekaan enää niin yksinkertasta kun ennen. Pitää tarkasti tietää mihin sitoutuu ja mitä tulee luvattua."*

(Kasvi- ja eläinöljyjen ja -rasvojen valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Satakunta)

### 3.16.3 HANKINTARENKAILLE JA -YKSIKÖILLE LÄHETETYN KYSELYN TULOKSIA

Kuusi satakuntalaista hankintarengasta tai -yksikköä vastasi niille kohdistettuun kyselyyn.<sup>98</sup> Satakunnan hankintayksiköt ostavat noin 28 prosenttia elintarvikkeistaan omasta maakunnasta. Vastaajien elintarvikehankinnoista noin 2,94 miljoonan euron verran kohdistuu oman maakunnan

<sup>98</sup> Yksi vastaajista ei ilmoittanut elintarvikehankintojensa euromäärää, joten sitä ei voitu huomioida laskelmissa. Ilmeisesti kyseisen vastaajan hankintamäärä on pieni verrattuna muihin vastaajiin, joten todennäköisimmin vastaajan poisjäänti ei vaikuta merkittävästi tuloksiin.

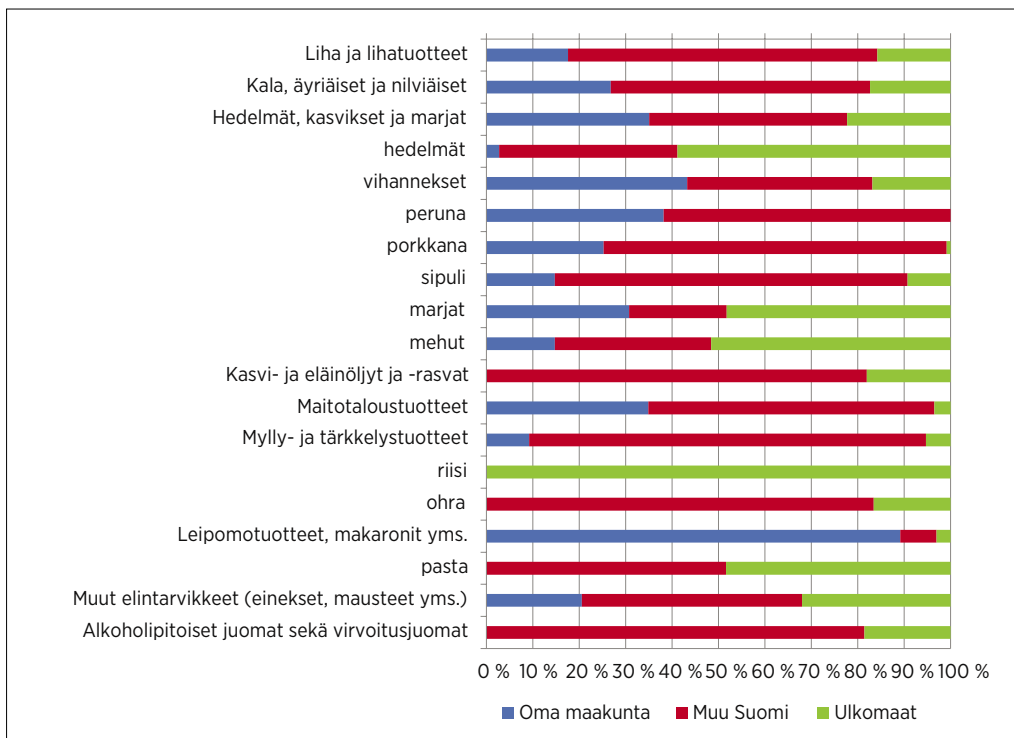
tuotteisiin. Muualta Suomesta ostetaan noin 56 prosenttia ja ulkomailta noin 15 prosenttia elintarvikehankinnoista. Oman maakunnan osuus on suurin leipomotuotehankinnoissa (kuvio 88). Tärkeiksi oman maakunnan tuotteiksi vastaajat nimesivät myös erilaiset tuoretuotteet (esimerkiksi kalatuotteet), perunat, vihannekset, hedelmät ja marjat sekä liha- ja maitotuotteet.

Satakuntalaiset vastaajat arvioivat, että vuonna 2020 omasta maakunnasta ostetaan 25 prosenttia, muualta Suomesta 43 prosenttia ja ulkomailta 32 prosenttia elintarvikehankinnoista (kuvio 89). Vastaajat huomauttivat, että tuleva kehitys riippuu myös elintarvikkeiden tuottajista: kuinka paljon tuotteita on saatavilla ja kuinka innovatiivisia ja kehittymishaluisia elintarvikealan tuottajat ovat.

Paikallisia ja yleisemmin kotimaisia tuotteita ostetaan Satakunnassa nykyisin enemmän kuin Suomessa keskimäärin. Vastausten perusteella lähiruoan osuus hieman pienenee seuraavien vuosien aikana. Tämä tulos voi johtua siitä, että vastaajien oli hankalaa arvioida hankintojen jakautu-

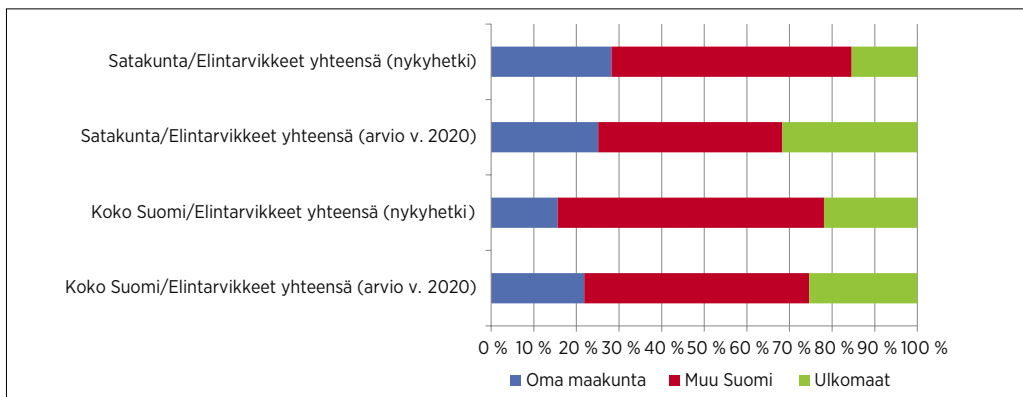
mista eri alueille. Nykytilannetta kuvaavat tulokset perustuvat toimialakohtaisiin arvioihin, ja vuotta 2020 kuvaavat tulokset perustuvat hankintojen kokonaismäärää koskeviin arvioihin. Tulosten perusteella voi todeta, että oman maakunnan osuus pysyy tulevina vuosina suunnilleen nykyisellä tasolla, joka on kuitenkin korkeampi kuin maassa keskimäärin. Koko maata koskevan keskimääräisen arvion mukaan kotimaisuusaste pienenee vuoteen 2020 mennessä. Satakunnan osalta vastaajat ovat ennakoineet samansuuntaista kehitystä, tosin keskimääräistä voimakkaampana. Myös tätä tulosta tulkittaessa on huomattava, että jakaumien hahmottaminen saattoi olla vastaajille vaikeaa.

Luumutuotteiden osuus Satakunnan elintarvikehankinnoista on nykyisin lähes kaksi prosenttia (kuvio 90). Vuoteen 2020 mennessä luomutuotteiden osuus kasvaa vastaajien arvioiden mukaan viiteen prosenttiin. Luomun osuus on Satakunnan hankinnoissa pienempi kuin maassa keskimäärin. Vastauksissa todettiin, että luomutuotteiden käyttöä rajoittaa yleensä niiden korkea hintataso.

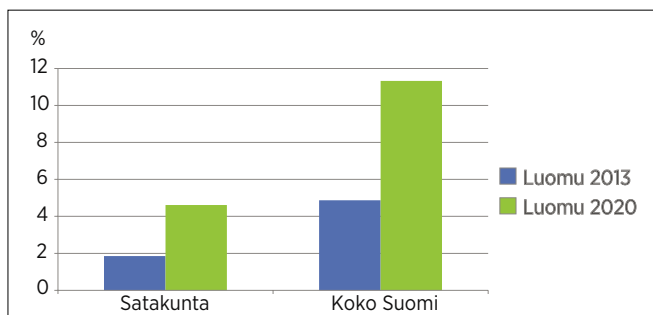


**Kuvio 88.** Satakunnan hankintarenkaiden ja -yksiköiden hankintojen jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille.<sup>99</sup>

<sup>99</sup> Kalatuotteiden osalta vastaukset olivat osin puutteellisia ja tulkittavissa eri tavoin. Paikallisuusasteen osalta vastauksista voi saada yksiselitteisen tuloksen. Kotimaisuusaste voi kuitenkin olla todellisuudessa raportoitua pienempi. Kalatuotteiden osuus elintarvikehankinnoista on suhteellisen pieni, joten suuretkaan muutokset kalatuotteiden kohdalla eivät muuta olennaisesti tuloksia, jotka kuvaavat koko maakunnan elintarvikehankintojen jakautumista eri alueille.



**Kuvio 89.** Satakunnan hankintarenkaiden ja -yksiköiden hankintojen jakautuminen eri alueille vuosina 2013 ja 2020.



**Kuvio 90.**

Satakunnan hankintarenkaiden ja -yksiköiden luomuhankintojen osuus vuosina 2013 ja 2020.

Kukin vastaaja nimesi hieman erityyppisiä muutostrendejä, jotka vaikuttavat merkittävimmin elintarvikehankintoihin vuoteen 2020 ulottuvalla jaksolla. Yhdessä vastauksessa tuotiin esiin hankintayksiköiden käytettävissä olevat varat ja elintarvikkeiden hintojen kohoaminen. Toisessa vastauksessa kiinnitettiin huomiota sekä kuntarakenneuudistuksen vaikutuksiin että elintarvikkeiden saatavuuteen liittyviin kysymyksiin. Vastauksissa nähtiin myös maatalouden sukupolvenvaihdot ja alkutuotantotilojen määrän väheneminen kehityskuluksi, joka vaikuttaa hankintayksiköiden toimintaan jatkossa merkittävästi. Tärkeiksi muutostrendeiksi nimettiin myös jatkuva tuotekehitys sekä asiakkaiden ympäristövaatimuksien vahvistuminen, jonka vaikutuksesta asiakkaat muuttavat ruokailutottumuksiaan.

Useimmat vastaajat käyvät suunnittelukouksissa ruokapalveluvastaavien kanssa. Miltei yhtä suosittu yhteistyömuoto ovat suunnittelukoukset elintarvikkeiden tuottajien kanssa. Yksi vastaaja totesi, ettei suunnittelukouksille ole havaittu tarvetta, koska hankinnat tehdään pitkällä sopimuksella.

Vastaajat nimesivät useita tekijöitä, joita kehittämällä lähiruoan osuutta julkisektoreilla voitaisiin parhaiten edistää. Tuotteiden saatavuus-



Päiväkodissa maistuu hyvä ruoka. (Kuva: Ekocentria/Tero Takalo-Eskola)

takuu, julkiskeittiöiden tarpeisiin sopivat jalosteet, kohtuullinen hintataso, jatkuva tuotekehitys, toimivat ja edulliset logistiikkaratkaisut sekä tuotteiden vahva markkinointi ovat keinoja, jotka toistuivat useissa vastauksissa. Yleisesti ottaen vastauksista välittyi, että hankintayksiköissä on kiinnostusta lähiruoan osuuden kasvattamiselle, mutta tämä edellyttää edellä mainittujen osa-alueiden parantamista.

### 3.16.4 MAATALOUDEN JA ELINTARVIKETEOLLISUUDEN ALUETALOUDELLISET VAIKUTUKSET

#### 3.16.4.1 Nykytilanteen vaikutukset

Maatalouden ja elintarviketalouden vaikutukset ovat merkittäviä Satakunnassa. Maatalouden vaikutus Satakunnan työllisyyteen on hieman suurempi kuin vaikutus talouteen. Työllisyyteen vaikutus on lähes 6,5 prosenttiyksikköä, eli noin

6 900 henkilötyövuotta, kun taas bruttokansantuotteeseen vaikutus on noin viisi prosenttiyksikköä. Elintarviketeollisuuden vaikutus alueen talouteen taas sitä vastoin on huomattavasti suurempi kuin vaikutus työllisyyteen. Elintarviketeollisuuden vaikutus työllisyyteen on noin 7,6 prosenttiyksikköä, mikä tarkoittaa lähes 550 miljoonaa euroa. Elintarviketeollisuuden merkittävin alatoimiala Satakunnassa on selvästi lihanjalostus, jonka työllisyysvaikutus on lähes puolet koko alan henkilötyövuosista. Kokonaisuudessaan elintarviketeollisuuden vaikutus maakunnan työllisyyteen on yli 5 000 henkilötyövuotta.

Maatalouden työllisyyskerroin on Satakunnassa 1,2. Tämä tarkoittaa, että yksi maatalouden työntekijä työllistää kerroinvaikutusten kautta 0,2 muuta työpaikkaa. Vastaavasti elintarvikkeiden ja juomien valmistuksen kerroinvaikutus on 2,1 eli yksi elintarviketyöntekijä työllistää 1,1 muuta: 0,8 muuhun ruokaketjuun ja 0,3 muille aluetalouden toimialoille.



Satakunta on melko alavaa, mutta korkeuseroja on enemmän maakunnan itä- ja pohjoisosissa. (Kuva: Jari Viitaharju)



Taulukko 48. Maatalouden ja elintarviketeollisuuden vaikutukset Satakunnassa.

Toimiala	BKT (%-yksikköä)	BKT (milj. euroa)	Työllisyys (%-yksikköä)	Työllisyys (htv)
MAATALOUS	5,03	359,44	6,44	6869
Lihanjalostus ja teurastus	2,71	193,38	2,09	2225
Kalanjalostus	0,04	3,00	0,03	31
Hedelmien, marjojen ja vihannesten jalostus	1,08	77,34	0,68	725
Rasvojen ja öljyjen valmistus	0,00	0,20	0,01	11
Maitotuotteiden valmistus	0,33	23,78	0,19	203
Myllytuotteiden valmistus	0,33	23,75	0,13	143
Leipomotuotteiden valmistus	0,84	60,12	0,50	532
Muu elintarvikkeiden valmistus	1,73	123,26	0,71	753
Eläinten ruokien valmistus	0,56	39,96	0,36	382
Juomien valmistus	0,00	0,09	0,01	7
ELINTARVIKETEOLLISUUS YHTEENSÄ	7,63	544,89	4,70	5013

3.16.4.2 Tulevaisuuden vaikutukset

Satakunnasta kyselyyn vastanneet hankintarenkaat ilmoittivat hankkivansa tällä hetkellä 28,3 prosenttia elintarvikkeista omasta maakunnasta. Ne arvioivat, että vuonna 2020 oman maakunnan hankintojen osuus olisi 25 prosenttia eli lähituotteiden hankinnassa olisi odotettavissa pienoista laskua. Tällä hetkellä hankintarenkaiden elintarvikkeiden kokonaishankintojen arvo oli 10,4 miljoonaa euroa, joista oman maakunnan hankintoihin käytettiin noin 2,94 miljoonaa euroa. Tulevaisuudessa oman maakunnan elintarvikehankintojen arvo laskisi 2,6 miljoonaan euroon. Muutos oman maakunnan tuotteisiin käytetyssä rahamäärässä olisi siis noin 0,34 miljoonaa euroa.

Taulukko 49. Tulevaisuuden (v. 2020) vaikutukset Satakunnan työllisyydelle ja taloudelle nykytilanteeseen nähden.

	Paikallisten tuotteiden käytön vaikutukset
Vaikutus työllisyyteen (htv)	-5,07
Vaikutus työllisyyteen (htv) / 100 000 €	1,5
Vaikutus BKT:hen (milj. €)	-0,35

Jos Satakunnan hankintarenkaat käyttäisivät siis arvioimansa 0,34 miljoonaa euroa vähemmän oman maakunnan elintarvikehankintoihin, vaikuttaisi se alueen työllisyyteen vähentävästi noin viisi henkilötyövuotta. Näin ollen sataatuhatta euroa kohden, joka käytetään paikallisten elintarvikkeiden ostoon, voidaan vaikuttaa maakunnan työllisyyteen 1,5 henkilötyövuoden verran, kun otetaan huomioon myös kerroinvaikutukset. Työllisyysvaikutusten lisäksi paikallisten elintarvikkeiden käyttö julkisissa keittiöissä vaikuttaa myös alueen talouteen. Satakunnan osalta vaikutus bruttokansantuotteeseen vähenisi noin 0,35 miljoonaa euroa, jos julkisia elintarvikehankintoja kohdistettaisiin omaan maakuntaan 340 000 euroa vähemmän.



## 3.17 UUSIMAA

### 3.17.1 MAATALOUS JA ELINTARVIKE- TEOLLISUUS UDELLAMAALLA

Vaikka Uusimaa on Suomen tiheimmin asuttu maakunta, maakunnan pinta-alasta kuitenkin valta-osa, 85 prosenttia, on metsä- ja maatalous-alueita. Uudenmaan osuus koko maan väestöstä on 28,6 prosenttia. Maakunnan osuus tuotannosta ja työpanoksesta on selvästi suurempi kuin osuus väestöstä: osuus bruttokansantuotteesta ja työnantajien maksamista palkansaajakorvauksista on 37,8 prosenttia. Koko maan työllisistä Uudenmaan osuus on 32,5 prosenttia. Alkutuotannon osuus Uudellamaalla on melko vähäinen: työllisistä vain muutama prosentti on alkutuotannon palveluksessa. Itäisellä Uudellamaalla on suhteellisesti enemmän metsiä ja maatalousalueita kuin maakunnassa keskimäärin. (Uusimaa-tietopankki, 2013).

Uudellamaalla oli noin 3 800 maatilaa vuonna 2012. Eniten maakunnassa oli viljanviljelytiloja, noin 2 500 vuonna 2012. Seuraavaksi eniten tiloja oli lypsykarjataloudessa sekä erikoiskasvien tuotannossa, molemmissa noin 240 tilaa. Tilojen lukumäärä on vähentynyt noin sadan tilan vuosivauhtia viimeisen kuuden vuoden aikana. (Matilda, 2013).

Uudenmaan elintarviketeollisuudessa toimii 300–400 yritystä lähteestä riippuen (katso taulukko 50). Elintarviketeollisuus nähdään maakuntastrategiassa selvänä kasvualana: Uudenmaan elintarviketeollisuudessa on kasvuyrityksiä kaksi kertaa enemmän kuin Suomen yrityskentässä keskimäärin, ja lähes 90 yritystä kasvattaa liikevaihtoa yli 10 prosenttia vuodessa. Uudellamaalla on hyvät mahdollisuudet lähiruoan tuotannon lisäämiseen: jakelureitit ovat lyhyet, kysyntä on isoissa kaupungeissa sekä suuri ostokykyinen ja laatu tietoinen kuluttajajoukko on lähellä. (Uusimaa-ohjelma, 2013).



Keväällä maaseutu alkaa vihertää. (Kuva: Hannele Suvanto)

**Taulukko 50.** Uudenmaan elintarvikealan toimipaikat.

Toimiala	Yritykset 2013 (kpl) <sup>100</sup>	Yritykset 2013 (kpl) <sup>101</sup>
Teurastus, lihan käsittely ja lihatuotteiden valmistus	50	27
Kalan, äyriäisten ja nilviäisten jalostus ja säilöntä	24	16
Hedelmien ja kasvien jalostus ja säilöntä	41	14
Maitotaloustuotteiden valmistus	21	19
Mylly- ja tärkkelystuotteiden valmistus	24	9
Leipomotuotteiden, makaronien yms. valmistus	151	112
Muiden elintarvikkeiden valmistus	83	70
Juomien valmistus	37	20
<b>Yhteensä</b>	<b>431</b>	<b>287</b>

### 3.17.2 YRITYSKYSELYN TULOKSIA

Uudeltamaalta yrityskyselyyn vastasi yhteensä 89 yritystä. Vastaajista noin kolmannes, eli yhteensä 36, valmisti leipomotuotteita. Seuraavaksi suurin vastaajaryhmä koostui muiden elintarvikkeiden valmistajista. Tältä alatoimialalta saatiin noin viidenneen vastauksista. Loput vastaajat jakautuivat melko tasaisesti muille alatoimialoille. Kyselyyn ei saatu lainkaan vastauksia yrityksistä, joiden päätoimialana on kasvi- ja eläinöljyjen ja -rasvojen valmistus. Kyselyyn vastanneiden yritysten koko vaihteli suuresti; mukana on sekä yhden henkilön yrityksiä että useita satoja työllistäviä yrityksiä.

Uudellamaalla toimivat elintarvikealan yritykset ostavat tuotantonsa raaka-aineista keskimäärin kolme prosenttia omasta maakunnasta. Suurin osa raaka-aineista tulee muualta Suomesta, noin 64 prosenttia. Jopa 33 prosenttia tuotannon raaka-aineista ostetaan ulkomailta. Oman maakunnan osuus raaka-aineista on suurinta juomien valmistuksessa (kuvio 91).

Vastausten perusteella useat elintarvikeyritykset tuottavat päätoimialaansa kuuluvien tuotteiden lisäksi muihin alatoimialoihin<sup>102</sup> luettavia tuotteita. Raportoiduissa tuloksissa on huomioitu kaikkien yritysten vastaukset riippumatta siitä, kuinka suuri osa yrityksen liikevaihdosta kertyy kyseiseltä alatoimialalta. Jos tuloksissa huomioi-

taisiin ainoastaan yritysten päätoimialojaan koskevat vastaukset, omassa maakunnassa tuotettujen raaka-aineiden osuus ostoista saattaisi olla pari prosenttiyksikköä suurempi, mutta raaka-aineiden kotimaisuusaste olisi huomattavasti raportoitua pienempi.<sup>103</sup>

Kolme neljästä vastaajasta arvioi, että he käyttävät tulevaisuudessa suunnilleen yhtä paljon paikallisia raaka-aineita kuin nykyisinkin. Vastaajista 22 prosenttia arvioi oman maakunnan raaka-aineiden osuuden kasvavan. Neljä prosenttia vastaajista puolestaan ennakoii, että paikallisten raaka-aineiden osuus on tulevaisuudessa pienempi kuin tällä hetkellä.

Vastauksissa todettiin, että omassa maakunnassa tuotettujen raaka-aineiden saatavuus ja hintataso rajoittavat niiden käyttöä elintarvikeyrityksissä. Monissa vastauksissa huomautettiin, että yritykset ostavat raaka-aineita paikallisilta tai kotimaisilta toimittajilta, mutta yrityksissä ei ole välttämättä tarkempaa tietoa siitä, mistä toimittajat ovat raaka-aineensa hankkineet. Vastauksissa kerrottiin myös, että ostopäätöksessä raaka-aineen puhtaus ja laatu ovat tärkeämpiä kriteereitä kuin paikallisuus.

*”Kovasti haluaisimme käyttää paikallisia ja kotimaisia raaka-aineita tulevaisuudessa, mutta se ei taida olla tahtokysymys. Toiminta näyttää tällä hetkellä siltä, että pieniä yrittäjiä ajetaan alas, ja uskon että raaka-aineita tullaan tulevaisuudessa hankkimaan yhä enemmän ulkomailta. Päätäjillä tuntuu olevan yhäkin käsitys Suomesta kovana sellu- ja paperitehdas maana. Se käsitys pitäisi muuttaa, ja alkaa panostamaan myös kotimaiseen elintarviketuotantoon ja arvostamaan läheltä tulevia raaka-aineita.”*

(Leipomotuotteiden valmistaja, alle 20 työntekijää, Uusimaa)

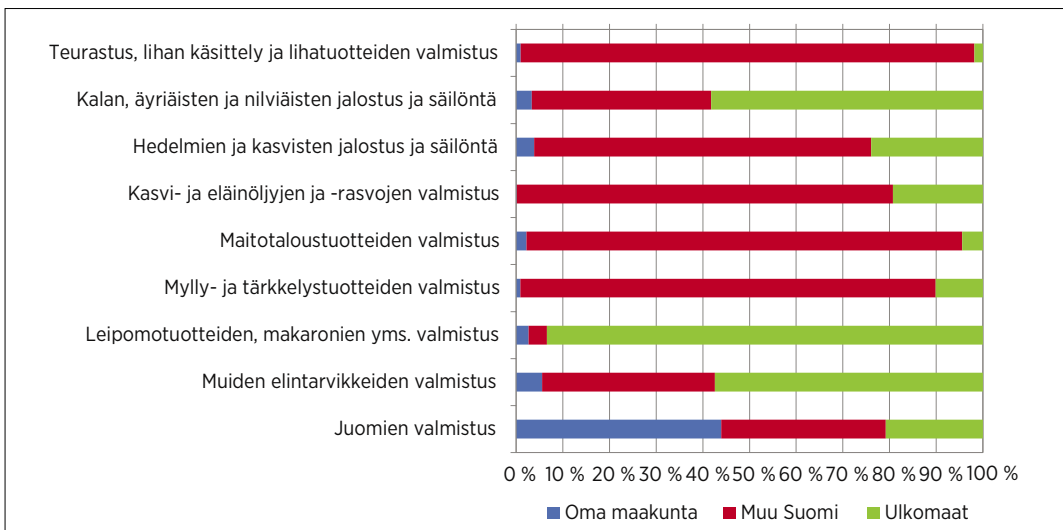
Uudellamaalla toimivat elintarvikealan yritykset myyvät valmiita tuotteita lähinnä kotimaassa ja oma maakunta onkin tärkeä markkina-alue. Keskimäärin 46 prosenttia tuotteista myydään Uu-

<sup>103</sup> Alatoimialakohtaiset muutokset paikallisuusasteessa olisivat vähäiset, jos tuloksissa huomioitaisiin ainoastaan kyseisillä alatoimialoilla päätoimisesti toimivat yritykset. Tuontiraaka-aineiden osuus olisi kuitenkin esitettyä suurempi, jos huomioon otettaisiin vain kullakin alatoimialalla päätoimisesti toimivat yritykset. Maitotaloustuotteiden, liha- ja kalatuotteiden sekä juomien valmistuksessa suurempi osuus raaka-aineista hankittaisiin ulkomailta. Toisaalta muiden elintarvikkeiden tuotannossa tuontiraaka-aineiden osuus olisi pienempi. On kuitenkin syytä huomata, että näin toimittaessa alatoimialojen tulokset perustuisivat yleensä vain muutamien yritysten vastauksiin. Lisäksi on huomioitava, että muutamat suuret yritykset eivät ilmoittaneet, missä suhteessa heidän ostonsa jakautuvat eri alueille.

<sup>100</sup> Tiedot: Ruoka-Suomi, 2013

<sup>101</sup> Tiedot: Toimiala Online, 2013

<sup>102</sup> Alatoimialoja ovat lihatuotteiden valmistus, kalan jalostus jne.



**Kuvio 91.** Uudenmaan elintarvikeyritysten raaka-aineostojen jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille.<sup>104</sup>

denmaan maakunnan alueella. Lähimarkkinoiden korostumisen on luonnollista, koska Uudellamaalalla asuu noin 30 prosenttia Suomen väestöstä. Muualle Suomeen myydään tuotteista noin 52 prosenttia ja viennin osuudeksi jää noin kaksi prosenttia. Useimmilla alatoimialoilla kotimaakunnan osuus myynnistä nousee yli 50 prosenttiin (kuvio 92). Viennin osuus on suurinta eläinten ruokien valmistuksen toimialalla, noin viisi prosenttia tuotteista menee vientiin.

Uudenmaan elintarvikealan yritysten myynnistä kohdistuu vähittäiskauppoihin merkittävä osuus (44 %). Myös myynti ruokapalveluita tarjoaville yrityksille ja yhteisöille (27 % myynnistä) ja tukkuliikkeille (26 % myynnistä) ovat tärkeitä myyntikanavia. Noin kolme prosenttia liikevaihdosta kertyy suoramyynnistä.<sup>105</sup>

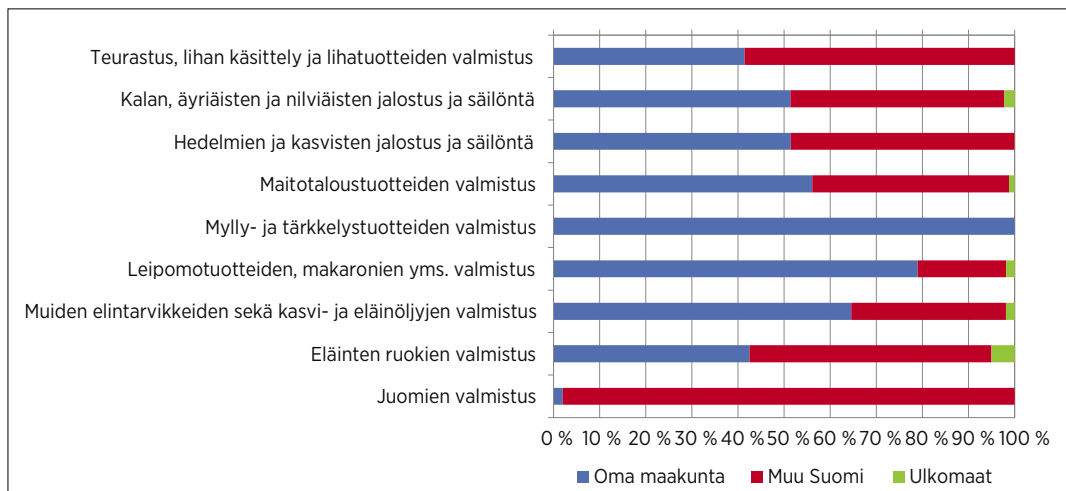
Luumutuotteet muodostavat nykyisin noin kuusi prosenttia Uudenmaan elintarvikeyritysten tuotannosta (kuvio 93). Yritykset arvioivat, että luomun osuus nousee noin kymmeneen prosenttiin vuoteen 2020 mennessä. Muutama suuri maakunnan elintarvikealan yritys ei arvioinut, kuinka niiden liikevaihto ja luomutuotannon määrä kehittyvät vuoteen 2020 mennessä. Jos näitä yrityksiä ei olisi huomioitu laskennassa, vuoden 2020 luomutuotannon osuutta kuvaava tulos olisi osoittanut todellista tilannetta suurempaa luomuprosenttia (noin 15 %).

Laskennassa on oletettu, että kyseisten yritysten liikevaihto pysyy nykyisellä tasolla ja niiden tuotannossaan ei ole luomutuotteita. Näiden yritysten on lisättävä luomutuotannon osuutta huomattavasti, jotta maakunnan keskimääräisessä luomutuotannon osuudessa tapahtuisi olennaisia muutoksia. Esimerkiksi jos suurin kyselyyn vastannut yritys (liikevaihto 100–200 milj. €) kasvattaisi liikevaihtoaan 50 prosenttia ja luomutuotannon osuutta kymmenellä prosenttiyksiköllä vuoteen 2020 mennessä, maakunnan keskimääräinen luomutuotannon osuus nousisi noin kahdella prosenttiyksiköllä.

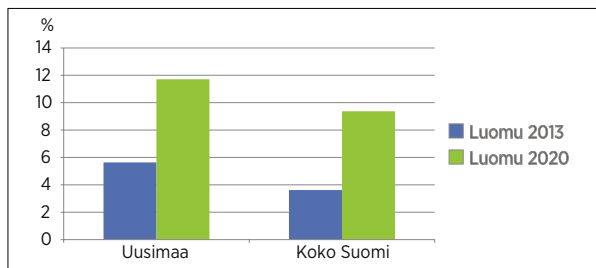
Vastauksissa pohdittiin kotimaisten ja ulkomailta tuotujen luomuelintarvikkeiden eroja. Vastaajat kritisoivat luomutuotannon sääntelyn kireyttä. Muutama vastaaja totesi, ettei kaikkia tuotannossa tarvittavia raaka-aineita tuoteta luomuna. Siten heidän tuotteensa eivät täyty luomukriteereitä, vaikka suuri osa niiden aineksista on luomutuotantoa. Kun elintarvikeyritykset tekevät pitkäaikaisia sitoumuksia esimerkiksi toimituksista ravintoloihin, raaka-aineiden toimitusvarmuus on tärkeässä asemassa. Vastauksissa todettiin, että epävarmuus luomuraaka-aineiden saatavuudesta rajoittaa luomutuotannon laajuutta. Luomuelintarvikkeita tuottava vastaaja puolestaan kertoi, että tällä hetkellä luomun kysyntä vähenee. Vastauksissa todettiin, että asiakkaat valitsevat yleensä edullisen ja kotimaisen tuotteen eivätkä hieman kalliimpaa luomutuotetta.

<sup>104</sup> Kyselyyn vastanneet eläinten ruokien valmistajat eivät ilmoittaneet, missä suhteessa heidän raaka-aineostonsa jakautuvat eri alueille.

<sup>105</sup> Muutama suuri Uudenmaan elintarvikeyritys ei ilmoittanut, missä suhteessa niiden myynti kohdistuu kyseisille toimijoille. Jos näiden yritysten myyntikanavapainotukset poikkeavat olennaisesti toimialojensa keskimääräisistä tuloksista, raportoidut tulokset eivät välttämättä kuvaa todellista tilannetta.



**Kuvio 92.** Uudenmaan elintarvikeyritysten myynnin jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille.<sup>106</sup>



**Kuvio 93.**

Uudenmaan elintarvikeyritysten luomutuotannon osuus vuosina 2013 ja 2020.

*”Kyllä kotimaisuus, lyhyt hiilijalanjälki ja paikallisuus sekä lähiruoka ovat vain tärkeämpiä arvoja. Uskon, että meille voi tulla tuotantoon paikallisesti tuotettua luomua tulevaisuudessa, jos kotimainen luomu saadaan jotenkin brändättyä kannattavammaksi ja suosittumaksi. Evira on Suomessa ainut taho, joka sen voi tehdä. Myös hinta tulisi saada alemmaksi. Luomutuotannossa voisi olla vaikkapa matalampi alv, koska se on sen verran kalliimpaa tuottaa.”*

(Leipomotuotteiden valmistaja, alle 20 työntekijää, Uusimaa)

Uudenmaan elintarvikealan yritykset suhtautuvat tulevaisuuteen optimistisesti: 77 prosenttia vastaajista arvioi liikevaihtonsa kasvavan vuoteen 2020 mennessä. Vastaajista 17 prosenttia arvioi, että liikevaihto pysyy nykyisellä tasolla myös seuraavien vuosien aikana. Kuusi prosenttia (viisi yritystä) vastaajista puolestaan ennakoivat liikevaihdon pienenävän. Näistä yrityksistä kolme kertoi, että yrittäjä tai henkilökunta on jäämässä eläkkeelle lähivuosien kuluessa. Kaksi yritystä arvioi liikevaihdon vähenevän kilpailun kiristymisen myötä.

Puolet niistä yrityksistä, jotka tavoittelevat liikevaihdon kasvua vuoteen 2020 mennessä, arvioi myynnin lisääntyvän alle 30 prosentilla. Noin neljännes arvioi, että kasvua tapahtuisi 30–60 prosenttia. Toinen neljännes vastaajista ennusti liikevaihtonsa moninkertaistuvan. Vastaajien arvioiden mukaan maakunnan elintarvikealan yritysten liikevaihto kasvaa keskimäärin 23 prosenttia vuoteen 2020 mennessä. Vastaajat kertoivat, että kasvua tapahtuu sekä tuotannon laajentamisen että hintojen kohoamisen kautta. Joissakin yrityksissä kasvua haetaan lisäämällä vientiä. Vastauksissa pohdittiin, missä vaiheessa liikevaihdon kasvatta-

<sup>106</sup> Kasvi- ja eläinöljyjen ja -rasvojen valmistajilta saatiin kyselyyn yksi vastaus alalla sivutoimisesti toimivalta yritykseltä. Yksittäisiin vastauksiin perustuvia tuloksia ei raportoida erikseen, joten kyseinen vastaus on yhdistetty muiden elintarvikkeiden valmistajien vastausten kanssa.

Muutama suuri Uudenmaan elintarvikeyritys ei ilmoittanut, missä suhteessa niiden myynnit kohdistuvat eri alueille. Jos näiden yritysten myyntien kohdistuminen eri alueille poikkeaa olennaisesti toimialojensa keskimääräisistä tuloksista, raportoidut tulokset eivät välttämättä kuvaa todellista tilannetta.

minen alkaa laskea kannattavuutta. Lisäksi vastauksissa huomautettiin, että yritysten tulevaisuus riippuu maailmanmarkkinoiden kehitymisestä ja raaka-ainetuottajien satojen onnistumisesta.

Vastaajat nimesivät monenlaisia muutostrendejä, jotka vaikuttavat merkittävästi liiketoimintaan vuoteen 2020 ulottuvalla jaksolla. Vastauksissa tuotiin esiin eniten kuluttajakäyttäytymisessä havaittavia muutoksia. Useimpia mainintoja sai lähiruoan suosion kasvaminen. Yhtä usein vastaajat nimesivät erilaisia tuotteiden laatuun liittyviä vaatimuksia: asiakkaat suosivat terveellisiä, korkealaatuisia, tuoreita, puhtaista ja aidoista raaka-aineista valmistettuja elintarvikkeita. Myös kotimaisuuden ja luomutuotannon arvostuksen arvioitiin vahvistuvan.

*”Kuluttajille on lähiruoka, luomu ja ruoan puhtaus tärkeitä seikkoja.”*

(Lihatuotteiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Uusimaa)

*”Kuluttajien keskuudessa on tapahtunut selvä käänne luomu- ja lähiruoan osalta. Niiden käyttö on arkipäiväistynyt eikä sitä pidetä mitenkään erikoisena.”*

(Juomien valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Uusimaa)

Vastaajat pohtivat toistuvasti myös elintarvikkeiden alkuperään liittyviä kysymyksiä: asiakkaat ovat kiinnostuneita tuotteiden alkuperästä, vaativat tuotantoketjun läpinäkyvyyttä, huomioivat eettiset näkökohdat ostopäätöksissään ja suosivat kestävästi tuotettuja elintarvikkeita. Vastauksissa arvioitiin, että asiakkaat ovat kiinnostuneita yhä laajemmasta tuotevalikoimasta. Esimerkiksi valmistustuotteiden, erikoistuotteiden, luonnontuotteiden, käsityönä tehtyjen tuotteiden ja pienten yritysten tuotannon kysynnän arvioitiin kasvavan. Useissa vastauksissa kerrottiin asiakkaiden hintatietoisuuden vahvistumisesta. Vastaajat ennakoivat, että jatkossakin ilmenee nopeita ruokatrendejä ja ruokaskandaaleita. Lisäksi vastauksissa pohdittiin erikoisruokavalioiden yleistymisen, ruokakulttuurin muuttumisen ja lemmikkieläimistä huolehtimisen vaikutuksia yritysten toimintaan.

*”Toiminnan jatkuminen on vaakalaudalla. Tuotteiden menekki ei ole kuluttajien keskuudessa ollut tarpeeksi suosittua. Lähiruoasta puhutaan paljon mutta siitä ei olla valmiita maksamaan lisähintaa.”*

(Maitotuotteiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Uusimaa)

Kuluttajakäyttäytymiseen liittyvien muutostrendien lisäksi vastaajat nostivat esiin muitakin ilmiöitä, jotka vaikuttavat toimintaan merkittävästi. Tosin erittäin moni vastaaja totesi, että heidän yritystoimintansa on jo siinä määrin vakiintunut, että muutostrendit eivät vaikuta merkittävästi. Lainsäädännössä ja poliittisissa päätöksissä tapahtuvat muutokset saivat lähiruoan jälkeen useimmin mainintoja yksittäisenä merkittävänä muutostrendinä. Alkoholi-, makeis- ja arvonlisäverotus, alkoholi-, maatalous- ja kalastuspolitiikka sekä elintarvikehygieniää koskeva lainsäädäntö ovat elintarvikeyritysten näkökulmasta olennaisia osa-alueita. Yritysten toimintaympäristön kehittymiseen liittyen vastauksissa pohdittiin yleisen taloustilanteen ja asiakkaiden maksukyvyyn merkitystä, kilpailun kiristymistä sekä alkutuotannon yrittäjien ikääntymistä. Niin ikään vastauksissa kerrottiin, miten ilmastonmuutos, matkailun lisääntyminen, raaka-aineiden hintatason nouseminen ja vaikeudet yritysrahoituksen saamisessa vaikuttavat yritystoimintaan.

*”Viranomaisten määräykset pahenevat meidän toiminnan kannalta koko ajan. Muiden muutosten en usko meidän toimintaan niinkään vaikuttavan.”*

(Leipomotuotteiden valmistaja, alle 30 työntekijää, Uusimaa)

Keskeisimmät muutostrendit voivat liittyä myös yritysten sisäiseen toimintaan. Vastauksissa tuotiin esiin, että uusiin myyntikanaviin siirtymisen, tuotannon ja asiakaskunnan laajentaminen, uusien tuotteiden kehittäminen, yrittäjän ikääntyminen ja yrityksen omistajuudessa tapahtuvat muutokset ovat merkittäviä tapahtumia yrityksen toiminnan kannalta.

Yhteiskuntavastuuseen liittyvät kysymykset ovat tärkeitä Uudenmaan elintarvikealan yrityksille. Vastaajista 42 prosenttia ilmoitti, että ympäristövastuun kantaminen on erittäin tärkeää. Ympäristökysymykset ovat melko tärkeitä 20 prosentille vastaajista ja tärkeitä 33 prosentille vastaajista. Neljä prosenttia vastaajista kertoi kokevansa ympäristövastuun vain vähän tärkeäksi, ja yksi prosentti (yksi vastaaja) ilmoitti, ettei ympäristövastuun kantaminen ole ollenkaan tärkeää yrityksen toiminnassa.

Jätteiden lajittelu ja kierrättäminen nimettiin useimmin hyväksi keinoksi kantaa ympäristövastuuta käytännössä. Pakkausten suunnitteleminen, luomutuotanto, logistiikan tehostaminen, resurssien tehokas hyödyntäminen, energiavalinnat, jätteiden ja päästöjen määrän vähentäminen sekä ylei-

sesti tuotantoprosessien kehittäminen saivat myös useita mainintoja. Lisäksi vastaajat kertoivat, että he hyödyntävät tuotannon sivuvirtoja monipuolisesti, kehittävät tuotteitaan ympäristönäkökohdat huomioden, kiinnittävät erityistä huomiota eläinten hyvinvointiin, valitsevat puhtaita raaka-aineita ja hyödyntävät sähköisiä asiointimuotoja.

Vastauksissa tuotiin esiin myös henkilökunnan kouluttamisen tärkeys. Monissa yrityksissä on käytössä ympäristöohjelmia, toiminta on standardoitua ja yritykset osallistuvat ympäristöhankkeisiin. Joissain tapauksissa haitallisten ympäristövaikutusten vähentäminen edellyttää investointeja, mutta vastauksissa huomautettiin, että monet ympäristöä säästävät ratkaisut säästävät myös rahaa. Yleisemmällä tasolla monissa vastauksissa korostettiin sitä, että ympäristö huomioidaan kaikessa yritystoiminnassa ja että ympäristön tila vaikuttaa suoraan yritysten toimintamahdollisuuksiin.

*"Kyllä ympäristöasiat on yrityksen toiminnassa päällimmäisenä mielessä. Käytännössä se näkyy esim. puhtaanapidossa. Tämän alan yritykselle myös vesistöjen puhtaus on ensiarvoisen tärkeää."*

(Kalanjalostaja, alle kymmenen työntekijää, Uusimaa)

*"Eiköhän nämä ympäristöasiat ole tänä päivänä jo osa yrityskulttuuria."*

(Leipomotuotteiden valmistaja, alle 20 työntekijää, Uusimaa)

*"Vastuu ympäristöstä on jokaisen valistuneen yrityksen toiminnassa mukana. Yrityksessä on tehty valmisteluja mahdollista tulevaisuuden ympäristösertifiointia varten. Käytännössä ympäristövastuu on yritysten päätöksentekijöiden arvomaailmasta kiinni. Kuluttajat eivät ole valmiita maksamaan tuotteissa paljoa ylimääräistä ympäristönsuojelusta. Luomutuotteita on kokeiltu mutta niistä saatu hinta ei ollut tarpeeksi kannattava."*

(Muiden elintarvikkeiden valmistaja, alle 20 työntekijää, Uusimaa)

Vastuu paikallisyhteisöstä koetaan vastaajien joukossa miltei yhtä tärkeäksi kuin ympäristövastuu. Yhteisövastuu on erittäin tärkeää 31 prosentille, melko tärkeää 19 prosentille ja tärkeää 37 prosentille vastaajista. Vastaajista 12 prosenttia ilmoitti, että paikallisyhteisöstä kannettava vastuu on vain vähän tärkeää, ja yhdelle prosentille (yksi vastaaja) nämä aiheet eivät ole ollenkaan tärkeitä.



Luomua pullossa. (Kuva: Leena Viitaharju)

Vastuu paikallisyhteisöstä näkyy yritysten käytännön toiminnassa muun muassa siten, että yritykset tarjoavat yhteisön haluamia tuotteita ja palveluita. Monet vastaajat kertoivat yrityksen toimineen alueella jo pitkään, ja yritys kuuluu olennaisena osana alueen katukuvaan. Eräs vastaaja näki, että yritysten omat myyntipisteet voisivat toimia nykyistä vahvemmin paikallisyhteisön yhteisenä kokoon-tumispaikkana. Vastauksissa korostettiin myös yritysten työllistävää vaikutusta. Omien työntekijöidensä lisäksi yritykset luovat työllisyyttä alueelle muun muassa käyttämällä paikallisia raaka-aineita ja palveluita sekä ylipäänsä vilkastuttamalla alueen taloutta. Yritykset tekevät monipuolisesti yhteistyötä alueen muiden yritysten, kuntien ja kaupunkien sekä yhdistysten ja esimerkiksi urheiluseurojen kanssa.

*"Yrityksellä on kaksi omaa myymälää. Niiden vaikutus liikevaihtoon ei ole suuri mutta ne ovat tunnettuja asiakkaiden keskuudessa ja osa paikkakunnan katukuva."*

(Kalanjalostaja, alle sata työntekijää, Uusimaa)



Vastauksissa kerrottiin, että yritykset voivat kantaa yhteisövastuutaan toimimalla avoimesti ja yhteisöstä nousevien viestien mukaisesti sekä osallistumalla yhteisön tapahtumiin. Muutamissa vastauksissa todettiin, että yritys toimii ennemminkin valtakunnallisesti ja kotimaisia raaka-aineita suosien, jolloin myös paikallisyhteisö koostuu laajemmalla alueella asuvista ihmisistä. Moni vastaaja koki olevansa pieni toimija alueellaan, ja siten he näkivät vaikutusmahdollisuutensa vähäisiksi. Vastauksissa muun muassa arvioitiin, että parikymmentä työntekijää Helsingissä työllistävää yritystä voidaan Helsingissä pitää pienenä, mutta muualla Suomessa sen työllistävä vaikutus saateetaan huomioida paremmin. Eräs vastaaja kiinnitti huomiota yleisemmällä tasolla yksittäisten yritysten rajallisiin mahdollisuuksiin edistää paikallisyhteisön tilannetta. Pari vastaajaa huomauttikin, että paikallisyhteisön huomioon ottaminen edellyttää vastavuoroisuutta ja yhteisön etua voidaan edistää, kun kaikki toimijat tekevät oman osuutensa paikallisyhteisön hyväksi.

*”Aiemmin on ollut, että paikkakuntalainen ei osta paikkakuntalaiselta. Asenne on kuitenkin lähiruoan suosion myötä muuttumassa.”*

(Lihatuuotteiden valmistaja, alle kymmenen työntekijää, Uusimaa)

Kolmannes kyselyyn osallistuneista Uudenmaan elintarvikeyrityksistä on jossain vaiheessa vastannut julkisen sektorin tarjouspyyntöön. Jokainen näistä vastauksista on annettu yksin, ilman yritysten välistä yhteistyötä. Suurin osa yrityksistä ei näin ollen ole toimittanut elintarvikkeita julkiskeittiöille. Yleisimmin vastaajat kertoivat tämän johtuvan siitä, että tuotantokapasiteetti ei riitä kattamaan julkisen sektorin kysymiä määriä. Toinen usein toistunut syy oli se, että yritykset eivät ole saaneet julkiselta sektorilta tarjouspyyntöä. Osin tämä voi johtua siitä, että yritysten tuotevalikoima ei sovellu julkiskeittiöiden tarpeisiin. Lisäksi vastauksissa kerrottiin, että tarjouspyyntöön vastaaminen on koettu hankalaksi, sopimusten vaatimukset ovat olleet liian tiukkoja, yritysten tuotannolle on löydetty kysyntää muualta ja tuotteiden toimittaminen tarjouspyyntöjen mukaisella hintatasolla ei ole yritysten näkökulmasta kannattavaa. Moni vastaaja kertoi kuitenkin olevansa kiinnostunut toimittamaan elintarvikkeita julkiskeittiöiden käyttöön esimerkiksi äskettäin laajennettujen tuotantomahdollisuuksien myötä.

*”Asiakkaaksi pääseminen tuntuu olevan iso prosessi. Hinta pitäisi antaa vuosiksi eteenpäin. Tällä alalla raaka-aineen eli kalan hinta saattaa vaihdella. Pitkään sopimukseen sitoutuminen sisältää riskin.”*

(Kalanjalostaja, alle kymmenen työntekijää, Uusimaa)

### 3.17.3 HANKINTARENKAILLE JA -YKSIKÖILLE LÄHETETYN KYSELYN TULOKSIA

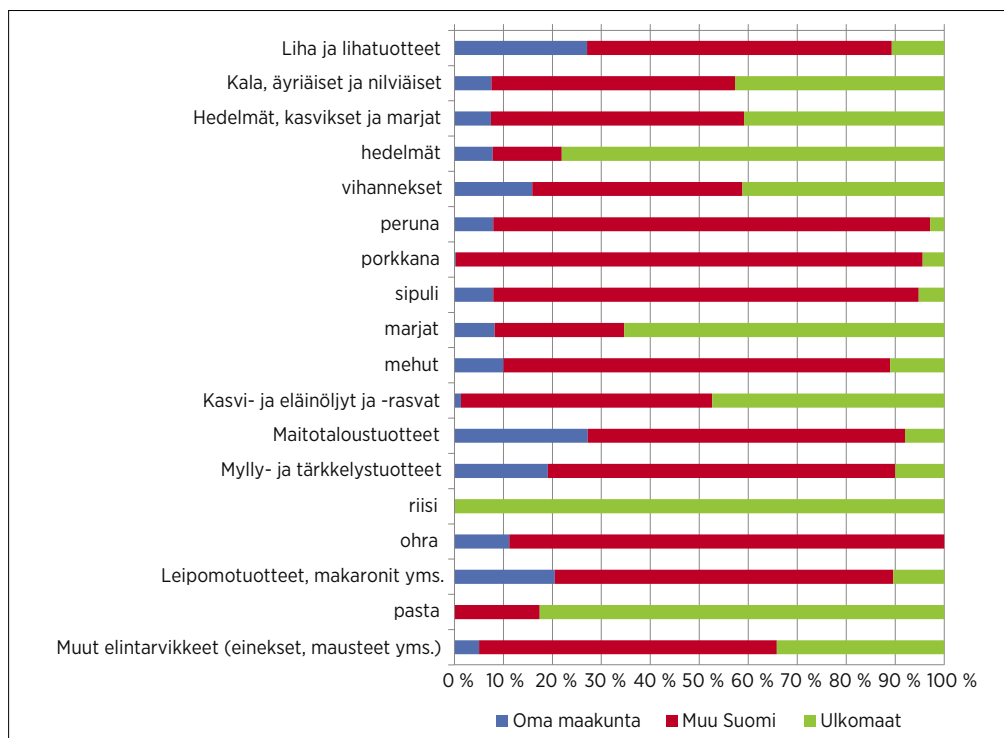
Uudeltamaalta saatiin viisi vastausta hankintarenkaille ja -yksiköille kohdistettuun kyselyyn.<sup>107</sup> Vastausten perusteella 17 prosenttia hankintayksiköiden elintarvikehankinnoista ostetaan omasta maakunnasta. Vastaajat ostavat vuosittain omasta maakunnasta elintarvikkeita noin 9,2 miljoonan euron verran. Muualta Suomesta ostetaan 59 prosenttia ja ulkomailta 24 prosenttia elintarvikehankinnoista. Omasta maakunnasta ostetaan eniten liha- ja maitotaloustuotteita (kuvio 94). Myös tuotteet leipomotuotteet nimettiin merkittävimpien omasta maakunnasta ostettavien tuotteiden joukkoon. Eräs vastaaja totesi, että he ostavat kaikki elintarvikkeet omasta maakunnasta, mutta hankintayksiköiden on vaikea tietää, missä maakunnassa elintarvike on alun perin tuotettu.

Uudenmaan hankintayksiköt arvioivat, että vuonna 2020 omasta maakunnasta ostetaan 16 prosenttia, muualta Suomesta 53 prosenttia ja ulkomailta 31 prosenttia elintarvikehankinnoista (kuvio 95). Lähiruoan osuuden arvioitiin siis pysyvän suunnilleen nykyisellä tasolla myös tulevina vuosina. Tällä hetkellä lähiruoan osuus on keskimääräisellä tasolla, mutta Uudenmaan arvio oman maakunnan tuotteiden osuudesta tulevaisuudessa jää keskimääräisen arvion alapuolelle. Uudenmaan hankintojen kotimaisuusaste vastaa nykyisin keskimääräistä arviota, mutta ulkomaisten tuotteiden osuuden arvioitiin kasvavan tulevaisuudessa hiekan voimakkaammin kuin maassa keskimäärin.

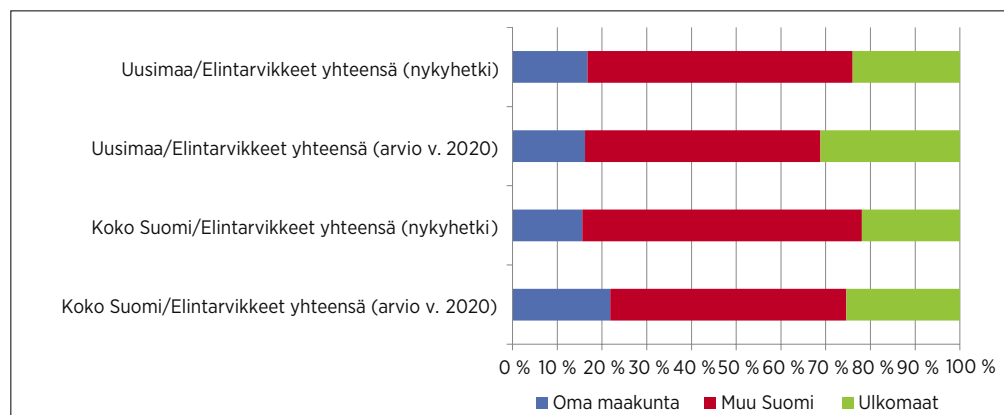
Luomutuotteiden osuus Uudenmaan hankintayksiköiden elintarvikeostoista on nykyisin noin 12 prosenttia (kuvio 96). Vastaajat arvioivat, että vuonna 2020 noin 26 prosenttia elintarvikehankinnoista on luomutuotteita. Uudenmaan luomuhankintojen osuus on huomattavasti suurempi kuin muualla Suomessa. Vastauksissa todettiin, että luomun osuuden kasvaminen voi olla arvioitua

<sup>107</sup>Yksi vastaajista ei ilmoittanut elintarvikehankintojensa euromäärää eikä hankintojensa jakautumista eri alueille, joten sitä ei voitu huomioida laskennassa. Ilmeisesti kyseisen vastaajan hankintamäärä on pieni verrattuna muihin vastaajiin, joten todennäköisimmin vastaajan poisjäänti ei vaikuta merkittävästi tuloksiin.

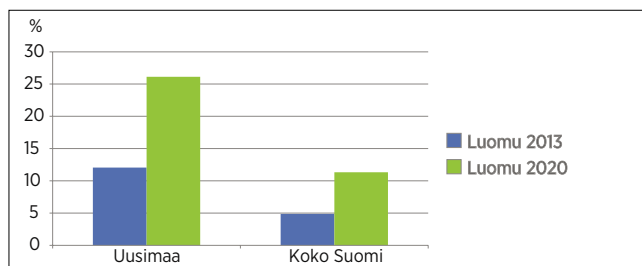




**Kuvio 94.** Uudenmaan hankintarenkaiden ja -yksiköiden hankintojen jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille.<sup>108</sup>



**Kuvio 95.** Uudenmaan hankintarenkaiden ja -yksiköiden hankintojen jakautuminen eri alueille vuosina 2013 ja 2020.



**Kuvio 96.** Uudenmaan hankintarenkaiden ja -yksiköiden luomuhankintojen osuus vuosina 2013 ja 2020.

<sup>108</sup> Alkoholipitoisten juomien ja virvoitusjuomien osalta saatiin yksi vastaus. Pääsääntöisesti yhteen vastaukseen perustuvia tuloksia ei raportoida, joten kuviossa ei esitetä tältä osin juomahankintojen jakautumista eri alueille.

vähäisempää riippuen elintarvikkeiden hintakehityksestä. Vastauksista paljastuu myös se, että pieneltä vaikuttava suhteellinen osuus voi olla merkittävää, kun hankinnat ovat suuret. Erään vastaajan mukaan vain noin prosentti sen kaikista elintarvikehankinnoista on luomutuotteita. Tällä osuudella voidaan kuitenkin tarjota viikoittain noin 30 000 luomuruoka-annosta päiväkotilapsille.

Kyselyssä selvitettiin myös vastaajien näkemyksiä merkittävimmistä muutostrendeistä, jotka vaikuttavat elintarvikehankintoihin vuoteen 2020 mennessä. Vastauksissa mainittiin tällaisiksi muutoksiksi hankintalainsäädännön kehittyminen ja paremmat mahdollisuudet suosia kotimaisia elintarvikkeita. Vastauksissa todettiin, että asiakkaiden toiveet esimerkiksi ruoan alkuperää ja tarjottavia ruokalajeja koskien vaikuttavat julkiskeittiöiden tarjontaan. Niin ikään elintarviketeollisuuden ja tukkuliikkeiden elintarvikevalikoimassa tapahtuvat muutokset sekä elintarvikkeiden hintataso ja hankintayksiköiden budjettikehitys vaikuttavat hankintapäätöksiin. Vastauksissa enakoitiin, että luomutuotteiden ja reilun kaupan tuotteiden osuus hankinnoissa kasvaa ja Suomessa elintarvikkeiden hinnat muuttuvat maltillisesti. Vastauksissa toivottiin pientoimittajilta aktiivisempaa otetta toiminnassaan. Lisäksi toivottiin

toimenpiteitä, joilla voitaisiin turvata kotimaisen teollisuuden olemassaolo myös tulevaisuudessa.

Yhteiset suunnittelukokoukset ruokapalvelustaavien ja elintarvikealan yritysten kanssa ovat vastausten perusteella yleisin yhteistyömuoto. Suunnittelukokouksia järjestetään myös erikseen edellä mainittujen tahojen kanssa. Suunnittelukokoukset tukkuliikkeiden kanssa ovat niin ikään yleisiä. Yhteistyötä tehdään myös alan messuilla sekä keskustelemalla muiden kuin sopimustoimittajien kanssa.

Vastaajat esittivät erilaisia näkökulmia siihen, miten lähiruoan käyttöä julkiskeittiösektorilla voitaisiin parhaiten edistää. Tuoreet, terveelliset, korkealaatuiset, monipuoliset, suurタルouskeittiöiden tarpeisiin jalostetut tuotteet ovat lähtökohta, kun lähiruoan osuutta julkisista elintarvikehankinnoista halutaan kasvattaa. Kilpailukykyinen hinta, toimiva logistiikka, sähköiset tilausjärjestelmät sekä tuotteiden saatavuus tukkuliikkeiden kautta ovat niin ikään olennaisia osa-alueita. Vastausten perusteella Uudenmaan hankintayksiköillä on kiinnostusta lisätä lähiruoan osuutta hankinnoistaan, mutta kannustuksesta huolimatta ne eivät ole saaneet tarjouksia elintarvikkeiden tuottajilta. Vastauksissa huomautettiin, että etenkin Uudenmaan kaltaisilla väestörikkailta alueilla ei voi



Tuoretta ja ravitsevaa luomusta. (Kuva: Päivi Töyli)

olla paljon alkutuotantoa, joten oman maakunnan sijasta tärkeämmäksi nousee lähialueiden ja kotimaan elintarviketuotanto. Eräs vastaajista kiinnitti huomiota hankintojen toteutuksen vaikeuteen, kasvaviin valitusmääriin ja markkinaoikeuden pitkiin käsittelyaikoihin. Kaiken kaikkiaan vastaukset osoittavat, että lähiruoan käytön edistäminen julkisektoreilla edellyttää monipuolisia kehittämistoimenpiteitä.

**3.17.4 MAATALOUDEN JA ELINTARVIKETEOLLISUUDEN ALUETALOUDELLISET VAIKUTUKSET**

**3.17.4.1 Nykytilanteen vaikutukset**

Uudellamaalla maatalouden vaikutus prosenttiyksikköinä ei ole maakunnan talouteen tai työllisyyteen kovinkaan suuri, mutta toki niin euromääräisesti kuin henkilötövuosinakin vaikutus on melko suurta. Maatalouden vaikutus Uudenmaan BKT:een on yli 383 miljoonaa euroa ja työllisyyteen yli 6 200 henkilötövuotta. Sitä vastoin elintarviketeollisuuden suhteellinenkin vaikuttavuus on Uudellamaalla huomattavaa. Elintarviketeollisuuden vaikutus maakunnan bruttokansantuotteeseen on lähes 5,8 prosenttiyksikköä (noin 4 002 miljoonaa euroa). Työllisyyteen elintarviketeollisuudella on jopa 19 000 henkilötövuoden vaikutus, mikä vastaa noin 2,3 prosenttiyksikköä maakunnan työllisyydestä. Tärkeimpinä elintarviketeollisuuden alatoimialoina erottuvat muiden elintarvikkeiden, juomien ja maitotuotteiden val-

mistus. Muiden elintarvikkeiden ja juomien valmistuksen alatoimialojen työllisyysvaikutus on molemmissa lähes 5 000 henkilötövuotta.

Uudellamaalla maatalouden työllisyyskerroin on 1,1. Näin ollen yksi maatalouden työntekijä luo kerroinvaikutusten kautta 0,1 muuta työpaikkaa. Elintarviketeollisuuden työllisyyskerroin on Uudellamaalla 1,9. Tämä tarkoittaa sitä, että yksi elintarviketeollisuuden työntekijä työllistää kerroinvaikutusten kautta 0,9 muuta henkilöä. Näistä 0,4 kohdistuu muuhun elintarvikeketjuun ja 0,5 aluetalouden muihin toimialoihin.

**3.17.4.2 Tulevaisuuden vaikutukset**

Uudeltamaalta kyselyyn vastanneet hankintarenkaat ilmoittivat hankkivansa tällä hetkellä 17 prosenttia elintarvikkeista omasta maakunnasta. Ne arvioivat, että vuonna 2020 oman maakunnan hankintojen osuus olisi noin 16 prosenttia eli lähituotteiden hankinnassa olisi odotettavissa pientä vähennystä. Tällä hetkellä hankintarenkaiden elintarvikkeiden kokonaishankintojen arvo oli 54,4 miljoonaa euroa, joista oman maakunnan hankintoihin käytettiin noin 9,2 miljoonaa euroa. Tulevaisuudessa oman maakunnan elintarvikehankintojen arvo laskisi 8,704 miljoonaan euroon. Muutos oman maakunnan tuotteisiin käytetyssä rahamäärässä olisi siis 0,544 miljoonaa euroa.

Jos Uudenmaan hankintarenkaat käyttäisivät siis arvioimansa yli puoli miljoonaa euroa vähemmän oman maakunnan elintarvikehankintoihin, vaikuttaisi se alueen työllisyyteen vähentävästi yli

**Taulukko 51.** Maatalouden ja elintarviketeollisuuden vaikutukset Uudellamaalla.

Toimiala	BKT (%-yksikköä)	BKT (milj. euroa)	Työllisyys (%-yksikköä)	Työllisyys (htv)
<b>MAATALOUS</b>	<b>0,55</b>	<b>383,14</b>	<b>0,75</b>	<b>6239</b>
Lihanjalostus ja teurastus	0,59	410,59	0,28	2326
Kalanjalostus	0,03	21,76	0,02	152
Hedelmien, marjojen ja vihannesten jalostus	0,01	9,35	0,02	164
Rasvojen ja öljyjen valmistus	0,09	62,35	0,03	218
Maitotuotteiden valmistus	0,99	684,81	0,40	3349
Myllytuotteiden valmistus	0,16	114,48	0,05	411
Leipomotuotteiden valmistus	0,58	406,26	0,32	2714
Muu elintarvikkeiden valmistus	1,79	1241,51	0,59	4950
Eläinten ruokien valmistus	0,01	7,49	0,01	121
Juomien valmistus	1,50	1043,59	0,55	4600
<b>ELINTARVIKETEOLLISUUS YHTEENSÄ</b>	<b>5,76</b>	<b>4002,19</b>	<b>2,27</b>	<b>19004</b>

30 henkilötyövuotta. Näin ollen sataatuhatta euroa kohden, joka käytetään paikallisten elintarvikkeiden oston, vaikutetaan maakunnan työllisyyteen 5,6 henkilötyövuoden verran, kun otetaan huomioon myös kerroinvaikutukset. Työllisyysvaikutusten lisäksi paikallisten elintarvikkeiden käyttö julkisissa keittiöissä vaikuttaa myös alueen talouteen. Uudenmaan osalta vaikutus bruttokansantuotteen vähenisi 2,1 miljoonaa euroa, jos julkisia elintarvikehankintoja kohdistettaisiin omaan maakuntaan noin puoli miljoonaa vähemmän.

**Taulukko 52.** Tulevaisuuden (v. 2020) vaikutukset Uudenmaan työllisyydelle ja taloudelle nykytilanteeseen nähden.

	Paikallisten tuotteiden käytön vaikutukset
Vaikutus työllisyyteen (htv)	-30,7
Vaikutus työllisyyteen (htv) / 100 000 €	5,6
Vaikutus BKT:hen (milj. €)	-2,1

### 3.18 VARSINAIS-SUOMI<sup>109</sup>

#### 3.18.1 MAATALOUS JA ELINTARVIKE- TEOLLISUUS VARSINAIS-SUOMESSA

Varsinais-Suomi on vahvaa vilja-alueetta. Maakuntaa onkin kutsuttu perinteisesti Suomen vilja-aitaksi. Maakunnassa tuotetaan paljon myös muun muassa kalaa, munia, sokerijuurikasta, siipikarjan- ja sianlihaa, herneitä, härkäpapuja sekä rypsiä ja rapsia. (VARRU, 2012.) Varsinais-Suomessa on vuoden 2012 tietojen mukaan 6 191 maatilaa, mikä on yli 10 prosenttia koko maan maataloista. Myös henkilöstön osalta Varsinais-Suomen osuus koko maan alkutuotannossa työskentelevistä on yli 10 prosenttia. Noin 60 prosenttia maakunnan viljelijöistä on viljanviljelijöitä. Erikoiskasvien tuotantoon on keskittynyt noin 13 prosenttia ja sikatalouteen noin 6 prosenttia maakunnan viljelijöistä. Varsinais-Suomen ELY-keskuksen alueella tuotettiin sianlihaa vuonna 2011 noin 55 miljoonaa kiloa, mikä tekee Varsinais-Suomesta maamme suurimman sianlihan tuottaja-alueen. (Matilda, 2013.)

Varsinais-Suomen elintarviketuotanto on melko monipuolista. Elintarvikkeiden ja juomien valmistuksen toimipaikkoja oli Toimiala Onlineen vuoden 2012 tietojen mukaan lähes 300 ja Ruoka-Suomi tilastojen mukaan jopa 315. Elintarvikkeiden ja juomien jalostuksen henkilöstö oli vuonna 2011 yhteensä 2 879 ja alan liikevaihto oli noin 975 miljoonaa euroa. Elintarvikealan alatoimialoista eniten toimipaikkoja on leipomotuotteiden valmistuksessa, mikä myös työllistää eniten, 526 henkilöä. Suurin liikevaihto on kuitenkin muiden elintarvikkeiden valmistuksessa, noin 214 miljoonaa euroa. Kasvi- ja eläinöljyjä ja -rasvoja valmistetaan paljon Varsinais-Suomessa, sillä yli 90 prosenttia alan liikevaihdosta Suomessa tulee Varsinais-Suomesta. Myös muun muassa eläinten ruokia valmistetaan paljon maakunnassa suhteessa koko maahan. Lisäksi maakunnassa jalostetaan enemmän kala-, äyriäis- ja nilviäistuotteita kuin missään muussa maakunnassa. (Ruoka-Suomi, 2013; Toimiala Online, 2013.)

Kuten muuallakin Suomessa, myös Varsinais-Suomessa elintarvikeyritykset ovat valtaosin melko pieniä. Noin 73 prosenttia maakunnan elintarvikeyrityksistä on alle viiden henkilön yrityksiä. Yli 50 henkilöä työllistäviä varsinaissuomalaisia elintarvikealan yrityksiä on vain noin kaksi prosenttia kaikista alan yrityksistä. (Ruoka-Suomi, 2013.)

<sup>109</sup> Varsinais-Suomen osalta yrityskyselyn tulokset perustuvat aikaisemman selvityksen tuloksiin (Määttä & Törmä, 2012c).



Varsinais-Suomi on suuri sianlihan tuottaja. (Kuva: Juha Kullas)

**Taulukko 53.** Varsinais-Suomen elintarvikealan toimipaikat.

Toimiala	Toimipaikat v. 2013 (kpl) <sup>110</sup>	Toimipaikat v. 2012 (kpl) <sup>111</sup>
Lihanjalostus ja teurastus	59	59
Kalanjalostus	40	40
Hedelmien, marjojen ja kasvien jalostus	48	46
Maitotaloustuotteiden valmistus	9	9
Myllytuotteiden valmistus	15	14
Leipomotuotteiden valmistus	83	74
Muu elintarvikkeiden valmistus	50	45
Juomien valmistus	11	9
<b>Yhteensä</b>	<b>315</b>	<b>296</b>

### 3.18.2 YRITYSKYSELYN TULOKSIA

Varsinais-Suomesta yrityskyselyyn vastasi yhteensä 84 yritystä. Vastanneista yrityksistä 18 valmisti leipomotuotteita, 15 muita elintarvikkeita ja 14 toimi lihanjalostuksen ja teurastuksen alatoimialalla. Kalanjalostuksen sekä hedelmien ja vihannesten jalostusten alatoimialoilta saatiin myös hyvin vastauksia. Loput yritykset jakautuivat melko tasaisesti muille alatoimialoille.

Varsinais-Suomen elintarvikeyritykset ostavat noin 40 prosenttia alkutuotannon raaka-aineistaan omasta maakunnasta, noin 35 prosenttia ostetaan muualta Suomesta ja noin 25 prosenttia ulkomailta. Toimialoittain tarkasteltuna oman maakunnan osuudet vaihtelivat paljon. Varsinais-Suomessa hedelmien, kasvien ja marjojen jalostajat käyttävät eniten oman maakunnan alkutuotannon raaka-aineita, noin 85 prosenttia käyttämistään alkutuotannon raaka-aineista (kuvio 97). Myös rasvojen ja öljyjen, myllytuotteiden, lihatuotteiden sekä eläinten ruokien valmistajat ostavat yli puolet alkutuotannon raaka-aineista omasta maakunnasta. Vähiten oman maakunnan raaka-aineita käyttävät maitotuotteiden ja juomien valmistajat, jotka ostavat noin 10 prosenttia alkutuotannon raaka-aineista omasta maakunnasta. Kalanjalostajat ostavat eniten ulkomaisia raaka-aineita, noin 60 prosenttia käyttämistään alkutuotannon

raaka-aineista. Myös muiden elintarvikkeiden ja juomien valmistajat ostavat omasta maakunnasta yli 30 prosenttia alkutuotannon raaka-aineistaan.

Varsinais-Suomen elintarvikeyritykset myyvät suurimman osan tuotteistaan Suomeen. Noin 25 prosenttia myynnistä kohdistuu omaan maakuntaan ja noin 70 prosenttia muualle Suomeen. Ulkomaille viedään noin viisi prosenttia tuotannosta. Toimialoittain tarkasteltuna lihanjalostajat sekä juomien valmistajat myyvät suurimman osan tuotteistaan omaan maakuntaan, hieman yli puolet (kuvio 98). Muualle Suomeen myyvät eniten hedelmien, kasvien ja marjojen jalostajat, joiden myynnistä noin 90 prosenttia kohdistuu muuhun Suomeen. Muiden elintarvikkeiden valmistajilla on suurin viennin osuus, kun noin 15 prosenttia viedään ulkomaille.

Elintarviketeollisuuden yrityksiltä kysyttiin myös, miten vastuullisuuskysymys tulee tulevaisuudessa näkymään yrityksen liiketoiminnassa. Osa vastaajista ilmoitti vastuullisuuden olevan merkittävä ja tärkeä asia, johon panostetaan jo nyt paljon. Vielä useampi arvioi vastuullisuuden merkityksen edelleen kasvavan tulevaisuudessa.

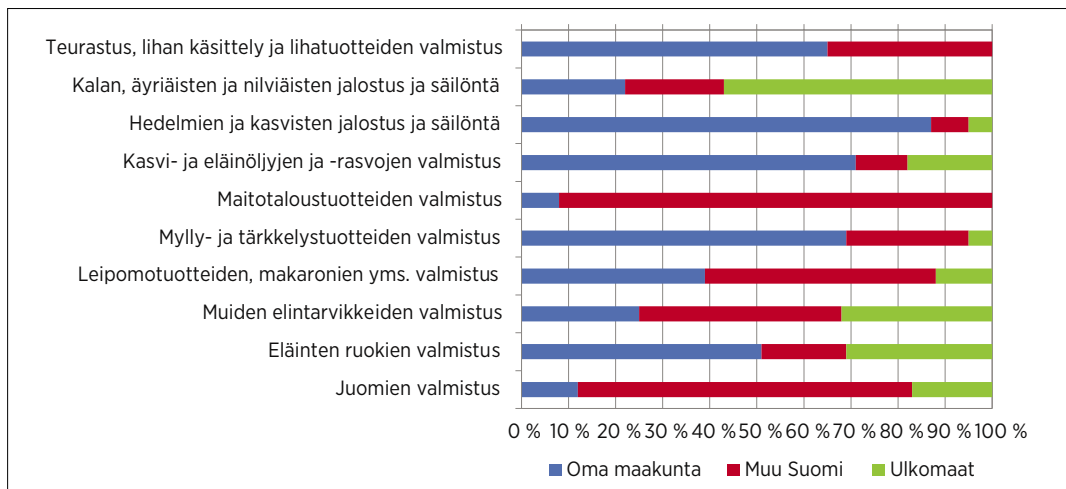
Luomutuotteiden osuus kyselyyn vastanneiden Varsinais-Suomen elintarvikeyritysten tuotteista on nykytilanteessa noin neljä prosenttia (kuvio 99). Luomutuotteiden osuuden arvioitiin kuitenkin kasvavan vuoteen 2020 mennessä. Vastaajien arvioiden mukaan noin kahdeksan prosenttia varsinaissuomalaisen elintarvikeyritysten tuotteista olisi luomua vuonna 2020.

Elintarviketeollisuuden yrityksille suunnatun kyselyn tulosten perusteella voidaan sanoa, että Varsinais-Suomen elintarvikeyritykset ovat optimistisia tulevaisuuden suhteen. Liikevaihdon arvioitiin pääsääntöisesti kasvavan nykytilanteesta. Jopa 88 prosenttia kyselyyn vastanneista yrityksistä arvioi liikevaihtonsa kasvavan vuosien 2013 ja 2020 välillä. Kaksi yritystä ilmoitti liikevaihtonsa pienevän johtuen muun muassa eläkkeelle siirtymisestä. Vastaavasti alle kymmenen vastaajaa ilmoitti liikevaihdon pysyvän nykyisellään. Niiden yritysten, jotka ilmoittivat liikevaihtonsa kasvavan, kasvuarviot vaihtelivat alle kymmenen prosentin kasvusta jopa noin sadan prosentin kasvuun. Kaikkien kyselyyn vastanneiden Varsinais-Suomen yritysten liikevaihdon kasvuarvio yhteensä oli keskimäärin 35 prosenttia vuosien 2013 ja 2020 välillä. Liikevaihdon arvioitiin kasvavan eniten öljyjen ja rasvojen valmistuksessa, mutta myös myllytuotteiden, leipomotuotteiden sekä eläinten ruokien valmistuksessa kasvuarviot olivat melko suuria. Pienimmät kasvuennusteet olivat lihanjalostuksessa sekä juomien valmistuksessa.

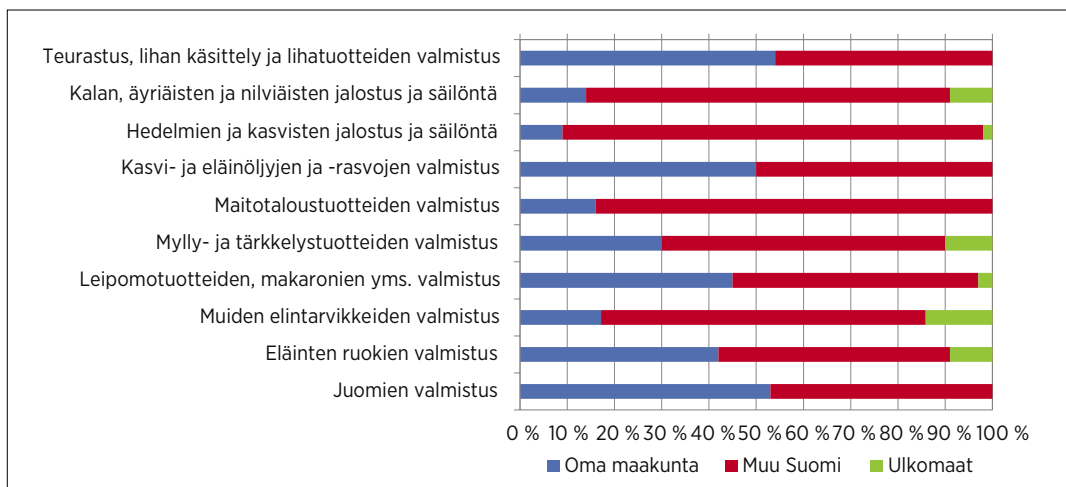
<sup>110</sup> Tiedot: Ruoka-Suomi, 2013.

<sup>111</sup> Tiedot: Toimiala Online, 2013.

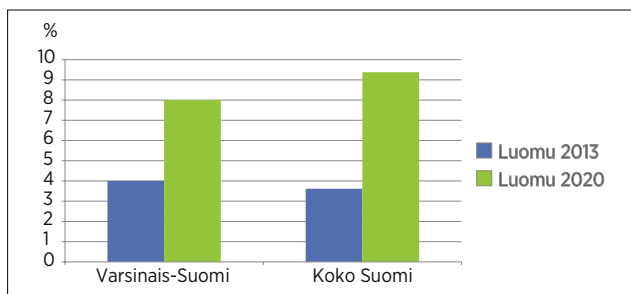




**Kuvio 97.** Varsinais-Suomen elintarvikeyritysten raaka-aineostojen jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille.



**Kuvio 98.** Varsinais-Suomen elintarvikeyritysten myynnin jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille.



**Kuvio 99.** Varsinais-Suomen elintarvikeyritysten luomutuotannon osuus vuosina 2012 ja 2020.



Elintarviketeollisuuden yrityksiltä kysyttiin merkittävimpiä muutostrendejä, jotka vaikuttavat yritykseen tulevaisuudessa. Kysymyksen vastauksissa tuli selvästi esiin lähiruoan ja luomuruoan lisääntynyt kysyntä ja arvostus. Myös ruoan puhtaus ja terveellisyys sekä lisääineettomuuden arvostus mainittiin useassa kommentissa. Kotimaisenkin ruoan kysynnän kasvu tuli esiin vastauksissa. Lisäksi useassa kommentissa mainittiin kalan käytön lisääntyminen sekä maatalouspolitiikka merkittävimpiä muutostrendeinä.

### 3.18.3 HANKINTARENKAILLE JA -YKSIKÖILLE LÄHETETYN KYSELYN TULOKSIA

Varsinais-Suomesta hankintarengaskyselyyn saatiin kolme vastausta.<sup>112</sup> Varsinais-Suomen julkisektin käyttöä elintarvikkeista noin

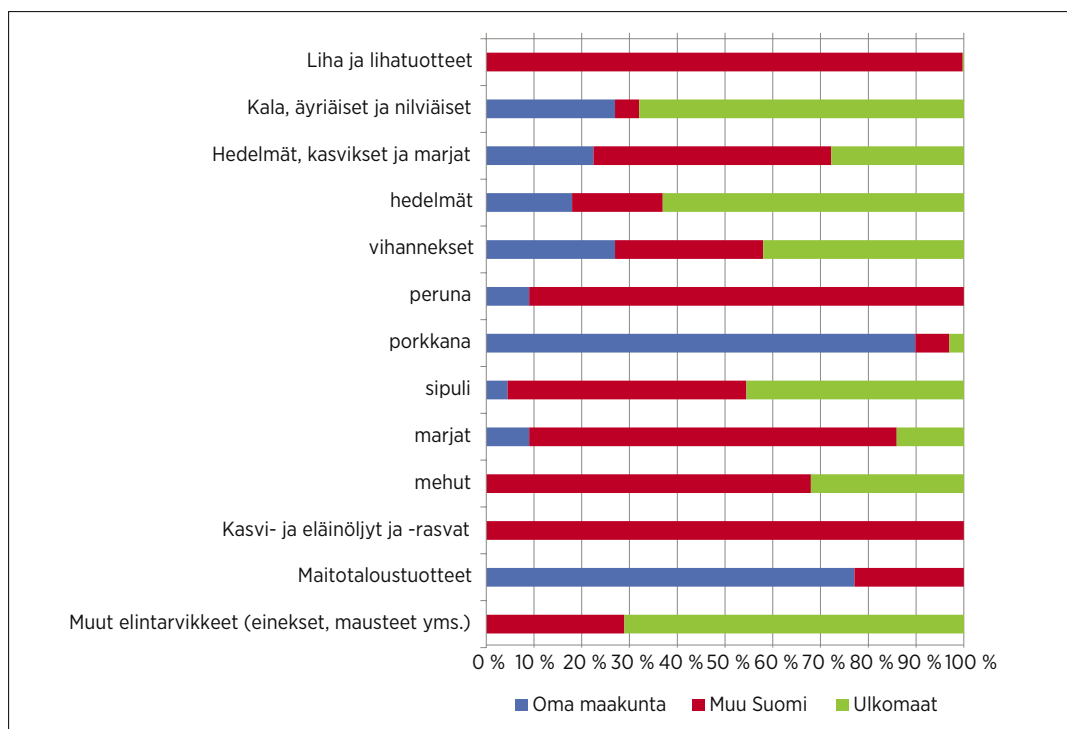
26 prosenttia hankitaan omasta maakunnasta. Vastaajat ostavat elintarvikkeita omasta maakunnasta vuosittain noin 3,43 miljoonan euron arvosta. Muualta Suomesta ostetaan 52 prosenttia ja ulkomailta 22 prosenttia. Vastausten perusteella oman maakunnan osuus on suurin maitotalustuotteiden kohdalla (kuvio 100). Vastauksissa nimettiin tärkeimmiksi omasta maakunnasta ostettaviksi tuotteiksi leivät, omenat ja vihannekset. Vastauksissa kiinnitettiin huomiota siihen, että hankintayksiköt voivat tietää ostavansa kotimaisia elintarvikkeita, mutta niillä ei välttämättä ole käytettävissään tarkempaa tietoa siitä, minkä maakunnan alueella elintarvikkeet on tuotettu.

Vuonna 2020 omasta maakunnasta ostetaan vastaajien arvioiden mukaan 20 prosenttia elintarvikehankinnoista. Muun Suomen osuudeksi arvioitiin 49 prosenttia ja ulkomaisten tuotteiden osuudeksi 31 prosenttia (kuvio 101). Tällä hetkellä hankintojen kotimaisuusaste on keskimääräisellä tasolla. Omasta maakunnasta ostettavien elintarvikkeiden osuus on keskimääräistä korkeampi. Arvioiden perusteella oman maakunnan osuus pienenee hieman seuraavien vuosien aikana. Tämä tulos voi johtua osin siitä, että vastaaminen ei ole välttämättä ollut yksiselitteistä. Nykytilanteen tu-

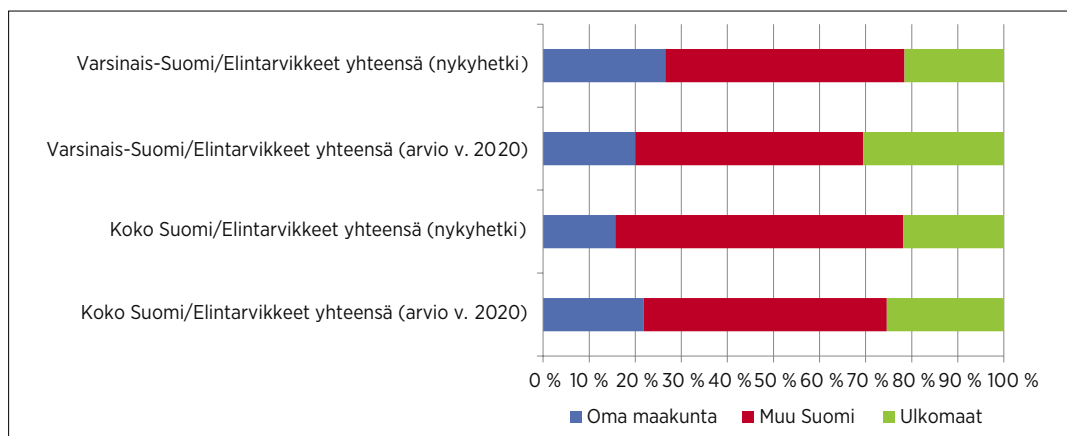
<sup>112</sup> Yksi vastaajista ilmoitti vain osittain, miten sen hankinnat jakautuvat eri toimialueille (esim. lihatuotteet, kalatuotteet) ja missä suhteessa sen hankinnat kohdistuvat eri alueille (oma maakunta, muu Suomi, ulkomaat). Näin ollen vastaajan hankintoja ei voitu huomioida laskelmissa. Kyseisen vastaajan hankinnat ovat kohtalaisen suuret suhteessa muihin vastaajiin. Jos vastaajan hankintojen jakautuminen eri alueille poikkeaa muiden vastaajien keskimääräisistä jakaumista, esitetyt tulokset eivät vastaa todellista tilannetta.



Jäkällarin siikaa. (Kuva: Leena Viitaharju)

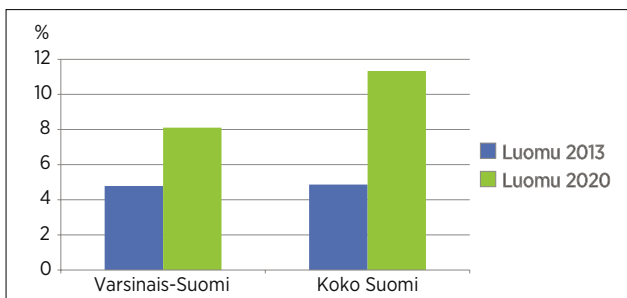


**Kuvio 100.** Varsinais-Suomen hankintarenkaiden ja -yksiköiden hankintojen jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille.<sup>113</sup>



**Kuvio 101.** Varsinais-Suomen hankintarenkaiden ja -yksiköiden hankintojen jakautuminen eri alueille vuosina 2013 ja 2020.

<sup>113</sup> Mylly- ja leipomotuotteiden kohdalla vain yksi vastaaja ilmoitti, missä suhteessa se ostaa kyseisiä tuotteita omasta maakunnasta, muualta Suomesta tai ulkomailta. Pääsääntöisesti yhden vastaajan ilmoittamiin tietoihin perustuvia tuloksia ei raportoida, minkä vuoksi näiden toimialojen tietoja ei esitetä kuviossa. Vastaajien ilmoitusten perusteella niillä ei ole hankintoja, jotka sisältävät toimialaan alkoholipitoiset juomat sekä virvoitusjuomat.



**Kuvio 102.**

Varsinais-Suomen hankintarenkaiden ja -yksiköiden luomu hankintojen osuus vuosina 2013 ja 2020.

lokset perustuvat toimialakohtaisiin arvioihin, ja tulevaisuutta koskevat tulokset perustuvat arvioihin kaikkien hankintojen jakautumisesta eri alueille. Vastauksissa arvioitiin myös kotimaisuusasteen laskevan vuoteen 2020 mennessä. Koko maan keskimääräinen kehitys on samansuuntaista, joskin Varsinais-Suomessa ennakoitiin kotimaisuusasteen laskevan keskimääräistä enemmän. Vaikka yksi vastaajista ilmoitti, että tavoitteena voisi olla kasvattaa läheltä hankittujen elintarvikkeiden osuutta 15 prosentilla, niin keskimäärin varsinaissuomalaiset hankintarenkaat arvioivat, että vuonna 2020 oman maakunnan ostot olisivat 20 prosenttia. Toteutuessaan tämä merkitsisi siis noin kuuden prosenttiyksikön laskua oman maakunnan hankintoihin. Euroissa tämä tarkoittaisi yli 800 000 euron valumista oman maakunnan ulkopuolelle. Arvioiden mukaan muualta Suomesta ostettavien tuotteiden osuus olisi noin 50 prosenttia ja ulkomaisten ostojen osuus jopa noin 30 prosenttia.

Luomun osuus oli Varsinais-Suomessa tällä hetkellä alle viisi prosenttia (kuvio 102). Vuoteen 2020 mennessä luomun osuuden uskottiin kasvavan noin kahdeksaan prosenttiin. Erityisesti leivän ja tiettyjen maitotaloustuotteiden osuus nähtiin kasvavan luomuna. Tämänhetkinen luomuosuus vastaa maan keskimääräistä tasoa, mutta vuodelle 2020 arvioitu luomuhankintojen osuus jää hieman keskimääräistä matalammalle tasolle.

Hankintarenkailta tiedusteltiin, mitkä asiat voisivat vaikuttaa positiivisesti lähiruoan määrän lisäämiseen julkisissa keittiöissä. Kahdessa vastauksessa kolmesta kaikki toivoi laitettiin uudistuvaan hankintalakiin. Hankintalain toivottiin muuttuvan siten, että lähellä tuotettuja elintarvikkeita olisi joustavampi hankkia ja kilpailuttaminen olisi sujuvampaa myös pienemmille yrityksille. Eri-laiset yhteistyömuodot, kuten läheisempi yhteistyö hankintatoimen ja tuottavien yritysten välillä sekä elintarvikeyritysten keskinäinen yhteistyö nähtiin myös tehokkaina ratkaisuin lähiruoan määrän lisäämisessä. Muita mainittuja vaikuttavia asioita

olivat mm. lähiruokatuotteiden keskitetty keräys, tuotteiden sopiva esikäsittely sekä julkiselle sektorille sopivan kokoiset pakkaukset. Vastauksissa ennakoitiin, että lähiruoan, luomuelintarvikkeiden ja kasvisruoan suosio vahvistuu tulevina vuosina. Myös talouden kehittyminen vaikuttaa hankintapäätöksiin lähivuosina.

Hankintarenkailla oli yleisesti käytössä erilaiset suunnittelukokoukset useiden tahojen kanssa. Tulevaisuuden toiminnan ja hankintojen suunnittelukokouksia käytiin niin ruokapalveluhenkilöstön kuin tukkuliikkeiden ja elintarvikevalmistajienkin kanssa. Pienemmissä hankintarenkaissa oli käytössä myös tutustumiskäynnit mahdollisten toimittajien luona, kun taas suuremmissa hankintarenkaissa pyrittiin vuoropuheluun tarjoajien kanssa. Myös ruoanvalmistuksesta vastaavien emäntien kanssa tehtävä yhteistyö tilauksia ja kilpailutuksia mietittäessä koettiin erittäin tärkeäksi hankintarenkaiden vastauksissa.

### 3.18.4 MAATALOUDEN JA ELINTARVIKETEOLLISUUDEN ALUETALOUDELLISET VAIKUTUKSET

#### 3.18.4.1 Nykytilanteen vaikutukset

Maataloudella on selvät vaikutukset Varsinais-Suomen talouteen ja työllisyyteen (taulukko 54). Alueen maatalouden vaikutus maakunnan BKT:hen on kokonaisuudessaan noin 5,4 prosenttiyksikköä eli noin 802 miljoonaa euroa. Alueen maatalouden vaikutus maakunnan työllisyyteen on noin 4,5 prosenttiyksikköä eli 8 863 henkilötyövuotta.

Elintarvikeiteollisuuden vaikutus Varsinais-Suomen BKT:hen on noin 9,7 prosenttiyksikköä. Elintarvikkeiden ja juomien valmistuksen toimialoista suurin vaikutus maakunnan BKT:hen on juomien valmistuksella, noin 2,8 prosenttiyksikköä. Elintarvikkeiden ja juomien valmistuksen vaikutus maakunnan BKT:hen on yhteensä noin 1 451,3 miljoonaa euroa, kun kerroinvaikutukset

**Taulukko 54.** Maatalouden ja elintarviketeollisuuden vaikutukset Varsinais-Suomessa.

Toimiala	BKT (%-yksikköä)	BKT (milj. euroa)	Työllisyys (%-yksikköä)	Työllisyys (htv)
<b>MAATALOUS</b>	<b>5,38</b>	<b>801,8</b>	<b>4,53</b>	<b>8863</b>
Lihanjalostus ja teurastus	0,55	81,1	0,35	685
Kalanjalostus	0,32	48,0	0,24	471
Hedelmien, marjojen ja vihannesten jalostus	0,40	59,0	0,26	514
Rasvojen ja öljyjen valmistus	0,83	123,8	0,44	857
Maitotuotteiden valmistus	0,00	0,3	0,02	33
Myllytuotteiden valmistus	0,41	61,2	0,19	363
Leipomotuotteiden valmistus	0,87	129,9	0,56	1098
Muu elintarvikkeiden valmistus	2,05	305,9	1,06	2070
Eläinten ruokien valmistus	1,54	229,5	0,91	1785
Juomien valmistus	2,76	412,6	1,51	2957
<b>ELINTARVIKETEOLLISUUS YHTEENSÄ</b>	<b>9,74</b>	<b>1451,3</b>	<b>5,54</b>	<b>10832</b>

lasketaan mukaan. Toimialoista merkittävimmän eli juomien valmistuksen vaikutus maakunnan BKT:hen on reilut 400 miljoonaa euroa. Viking Maltin sulkeman Raision mallastamon osuus on vähennetty juomien valmistuksen vaikutuksista. Toiseksi merkittävin alatoimiala eli muiden elintarvikkeiden valmistus vaikuttaa BKT:hen noin 300 miljoonalla eurolla. Myös eläinten ruokien valmistuksella on yli 200 miljoonan euron vaikutus Varsinais-Suomen BKT:hen.

Varsinais-Suomen ruoantuotannolla on selkeä vaikutus myös maakunnan työllisyyteen. Elintarvikkeiden ja juomien valmistuksen toimialojen vaikutus Varsinais-Suomen työllisyyteen on yhteensä 5,5 prosenttiyksikköä eli 10 832 henkilötyövuotta. Elintarvikealan alatoimialoista suurin vaikutus työllisyyteen on juomien valmistuksella, 1,5 prosenttiyksikköä eli 2 957 henkilötyövuotta. Myös muiden elintarvikkeiden valmistuksella, eläinten ruokien valmistuksella ja leipomotuotteiden valmistuksella on yli 1 000 henkilötyövuoden työllisyysvaikutus.

Maatalouden työllisyyskerroin on Varsinais-Suomessa 1,6. Näin ollen yksi maatalouden työntekijä luo kerroinvaikutusten kautta 0,6 muuta työpaikkaa: 0,2 muuhun ruokaketjuun ja 0,4 muille aluetalouden toimialoille. Varsinais-Suomen elintarvikkeiden ja juomien valmistuksen toimialan työllisyyskerroin on 3,7. Näin ollen yksi elintarviketeollisuuden työntekijä työllistää kerroinvaikutusten kautta 2,7 muuta, joista muuhun

ruokaketjuun työllistyy 1,0 ja muille toimialoille 1,7 henkilöä.

#### 3.18.4.2 Tulevaisuuden vaikutukset

Varsinais-Suomesta kyselyyn vastanneet hankintarenkaat ilmoittivat hankkivansa tällä hetkellä 26,5 prosenttia elintarvikkeista omasta maakunnasta. Ne arvioivat, että vuonna 2020 oman maakunnan hankintojen osuus olisi noin 20 prosenttia eli lähituotteiden hankinnassa olisi odotettavissa melkoinen vähennys. Tällä hetkellä hankintarenkaiden elintarvikkeiden kokonaishankintojen arvo oli 12,95 miljoonaa euroa, joista oman maakunnan hankintoihin käytettiin 3,432 miljoonaa euroa. Tulevaisuudessa oman maakunnan elintarvikehankintojen arvo laskisi 2,59 miljoonaan euroon. Vähennys oman maakunnan tuotteisiin käytetyssä rahamäärässä olisi siis 0,84 miljoonaa euroa.

Jos Varsinais-Suomen hankintarenkaat käyttäisivät arvioimansa yli 0,8 miljoonaa euroa vähemmän oman maakunnan elintarvikehankintoihin, vaikuttaisi se alueen työllisyyteen vähentävästi noin 35 henkilötyövuotta. Näin ollen sataatuhatta euroa kohden, joka käytettäisiin paikallisten elintarvikkeiden ostoon, voitaisiin vaikuttaa maakunnan työllisyyteen yli neljän henkilötyövuoden verran, kun otetaan huomioon myös kerroinvaikutukset. Työllisyysvaikutusten lisäksi paikallisten elintarvikkeiden käyttö julkisissa keittiöissä vaikuttaa myös alueen talouteen. Varsinais-

Suomen osalta vaikutus bruttokansantuotteeseen vähenisi 2,6 miljoonaa euroa, jos julkisia elintarvikehankintoja kohdistettaisiin omaan maakuntaan 0,84 miljoonaa euroa nykyistä vähemmän.

**Taulukko 55.** Tulevaisuuden (v. 2020) vaikutukset Varsinais-Suomen työllisyydelle ja taloudelle nykytilanteeseen nähden.

	Paikallisten tuotteiden käytön vaikutukset
Vaikutus työllisyyteen (htv)	-34,8
Vaikutus työllisyyteen (htv) / 100 000 €	4,1
Vaikutus BKT:hen (milj. €)	-2,6

Aluetaloudellisia vaikutuksia on selvitetty Varsinais-Suomessa aikaisemminkin (Määttä & Törmä, 2012c). Tuossa raportissa laskettiin elintarviketalouden ja maatalouden vaikutusten lisäksi myös ravitsemistoiminnan sekä elintarvikkeiden tukku- ja vähittäiskaupan vaikutuksia maakunnan työllisyydelle ja taloudelle. Tulevaisuuden vaikutuksia laskettiin vuonna 2012 ilmestyneessä raportissa perustuen varsinaissuomalaisten elintarvikealan yritysten ilmoittamiin liikevaihdon kasvun lukuihin. Tässä raportissa vaikutuslaskelmat perustuvat julkisten keittiöiden ilmoittamiin muutoksiin oman maakunnan raaka-aineiden ostoissa.



Paikallisia vihanneksia. (Kuva: Leena Viitaharju)



## 3.19 ÅLAND

### 3.19.1 LANTBRUKET OCH LIVSMEDELS-INDUSTRIN PÅ ÅLAND

Företagandet har långa traditioner på Åland. I landskapet Åland finns det cirka 2 100 företag, varav cirka 600 är lantbruksföretag. Omkring 0,8 procent av alla lantgårdar i Finland ligger på Åland. Mindre än 9 procent av Ålands yta är odlingsbar. Det finns cirka 140 km<sup>2</sup> åkermark och trädgårdar. Exempelvis ligger över en femtedel av odlingsarealen för matindustripotatis på Åland. Odlarna åldras och särskilt boskapsgårdarna har minskat i antal. Ögruppens enda mejeri, Ålandsmejeriet, har haft svårt att få tag på tillräckligt med mjölk. På fruktgårdarna däremot har man vågat göra investeringar. Till exempel har åländska äpplen fått ett stadigt fotfäste på det finska fastlandet. Satsningar på modern lagringsteknik har förlängt äppelsäsongen ända fram till november.

Den åländska industrin är småskalig jämfört med industrin i de övriga landskapen i Finland, men den har dock stor betydelse för exporten. Eftersom industrin i huvudsak förädlar lantbruksprodukter och fisk har den stor indirekt betydelse för sysselsättningen. Primärproduktionen, dvs. lantbruket och fisket, har trots sin relativt blygsamma ekonomiska lönsamhet stor betydelse i

glest befolkade områden och skärgården. Dessutom producerar den råvara för den viktiga livsmedelsindustrin. De små arealerna och det fördelaktiga klimatet har främjat det åländska lantbrukets fokusering på specialprodukter. Som exempel kan nämnas lök, kinakål, sockerbeta, potatis och äpple. Närmare hälften av avkastningen från lantbruket på Åland kom från produktion av grönsaker och frukt. (Åland – Ahvenanmaa pähkinänkuoressa, 2012).

Matkulturen på landskapet Ålands över 6 500 öar har formats och fått sin unika prägel av fisket, sjöfarten och handeln. Havet har alltid varit en livsförutsättning för ålänningarna, och fisk har alltid utgjort grunden i matkulturen. Den viktigaste fiskarten är strömming. Kött användes vanligen kokt eller i olika köttsoppor. Den mest kända åländska bageriprodukten är svartbröd, som också är vanligt i Åbo skärgård. Åland är även känt för sin pannkaka, som till skillnad från vanlig pannkaka innehåller manna- eller risgrynsgröt. Ålandspannkaka är än i dag en lokal nationalrätt. Till Ålands rikedomar hör även ögruppens utmärkta äpplen, och äppelodlarna utvecklar ständigt nya produkter. En annan specialitet är lammköttet som har en unik smak av skärgården. Smaken kommer från kryddörter som lammen får i sig på sommarbetet på öarna ute i skärgården. (Ruokatieto, 2013a).



På Kökar är naturen alltid närvarande. (Bild: Merja Lähdesmäki)

**Tabell 56.** Livsmedelsföretag på Åland.

Näringsgren	Företag år 2013 (st.) <sup>114</sup>	Företag år 2012 (st.) <sup>115</sup>
Slakt och köttförädling	1	1
Fiskförädling	-	2
Beredning och hållbarhets- behandling av frukt, bär och grönsaker	3	4
Mejerivarutillverkning	2	2
Tillverkning av kvarn- produkter	-	-
Bageriverksamhet	14	13
Framställning av drycker	2	2
Annan livsmedelsfram- ställning	5	4
<b>Sammanlagt</b>	<b>27</b>	<b>28</b>

### 3.19.2 RESULTAT AV ENKÄT BLAND FÖRETAG

Totalt 17 företag på Åland svarade på enkäten, vilket utgör cirka 60 procent av livsmedelsföretagen i landskapet. Av de företag som deltog i enkäten verkade fem inom köttförädling och slakt och fyra bedrev bageriverksamhet. I enkäten deltog inte sådana företag vars huvudnäringsgren är framställning av vegetabiliska och animaliska oljor och fetter, tillverkning av kvarnprodukter eller framställning av beredda djurfoder. Resten av svarspersonerna fördelades relativt jämnt mellan de övriga undergrenarna. I regel var de företag som deltog i enkäten mycket små; endast en svarsperson sysselsätter över 10 personer.

Livsmedelsföretagen på Åland köper i genomsnitt 64 procent av de primärproducerade råvarorna inom det egna landskapet. Från övriga Finland köps cirka 25 procent av råvarorna och resterande 11 procent köps från utlandet. Granskat per näringsgren finns det stora skillnader mellan andelarna primärproducerade råvaror från det egna landskapet. Dryckestillverkarna och förädlarna av frukt, grönsaker och bär köper största delen av råvarorna inom det egna landskapet (figur 103). Cirka 95 procent av de primärproducerade råvarorna är lokala. Även tillverkarna av bageriprodukter samt kött- och fiskförädlarna köper över hälften av de primärproducerade råvarorna inom det egna landskapet. Köttförädlarna köper mest råvaror från övriga Finland, cirka 35 procent av de primärproducerade råvarorna. Mejerivaruproducenterna

och de övriga livsmedelsproducenterna använder mest utländska råvaror. Mejerivaruproducenterna köper största delen av de primärproducerade råvarorna från utlandet, omkring 95 procent.<sup>116</sup>

Cirka 80 procent av enkätdeltagarna uppgav att de kommer att använda lokala primärproducerade råvaror i framtiden i samma mån som för närvarande. Å andra sidan bedömde 20 procent av svarspersonerna att andelen lokala råvaror kommer att öka i framtiden. Inga företag uppgav att användningen av lokala råvaror kommer att minska inom den närmaste framtiden. En del av svarspersonerna uppgav att de i huvudsak använder egenproducerade råvaror. I vissa svar påpekades att alla råvaror som företagen behöver inte produceras på Åland eller att produktionsvolymerna inte är tillräckliga för att täcka företagets behov.

I genomsnitt säljs 64 procent av de åländska livsmedelsföretagens färdiga produkter inom det egna landskapet. Till övriga Finland säljs cirka 23 procent och till utlandet cirka 13 procent av produkterna. Granskat per näringsgren är det bageriprodukterna som säljer mest inom det egna landskapet (figur 104). Även kött- och fiskförädlarna samt förädlarna av frukt, grönsaker och bär säljer över hälften av sina produkter inom det egna landskapet. Störst försäljning till övriga Finland har förädlarna av frukt, grönsaker och bär, närmare hälften av produkterna. Mejerivaruproducenterna har störst försäljning till utlandet, cirka 95 procent av produkterna går till utlandet. Precis som var fallet när det gäller råvaruinköp, skulle försäljningsandelen inom det egna landskapet vara 100 procent om man skulle beakta enbart de svarspersoner som tillverkar mejerivaror som sina huvudprodukter.

Försäljningen av produkter i de åländska livsmedelsföretagen fördelas ganska jämnt på olika grupper. Cirka 10 procent av produkterna går till direktförsäljning och resterande 90 procent fördelas jämnt mellan detaljhandeln, producenter av måltidstjänster samt partiförsäljning, dit i genomsnitt cirka 30 procent av produkterna säljs.

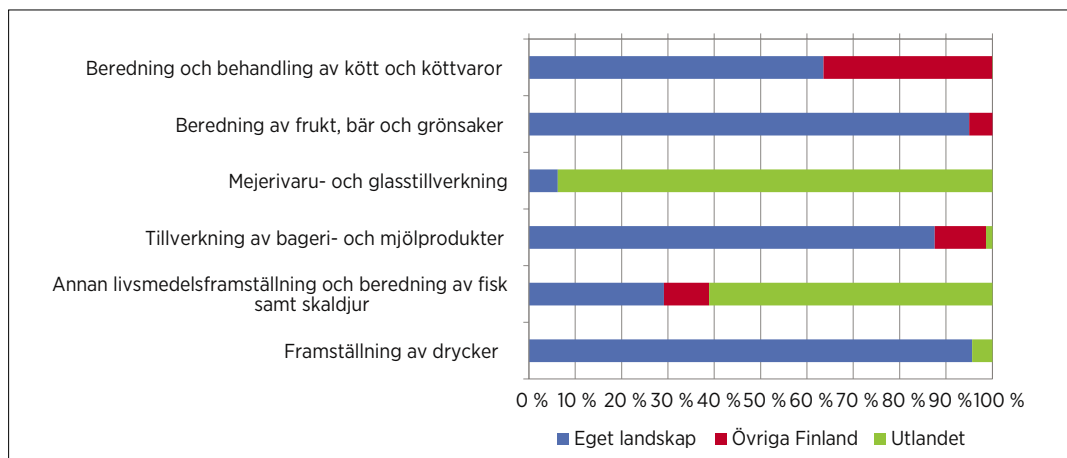
Enligt svaren utgör andelen ekologiska produkter av de åländska livsmedelsföretagens produkter för närvarande cirka 11 procent (figur 105). Svarspersonerna bedömde att andelen ekologiska produkter kommer att stiga: cirka 18 procent av produkterna förväntas vara ekologiska 2020. Åland ligger alltså över genomsnittet för hela Finland när

<sup>114</sup> Uppgifter: Ruoka-Suomi, 2013.

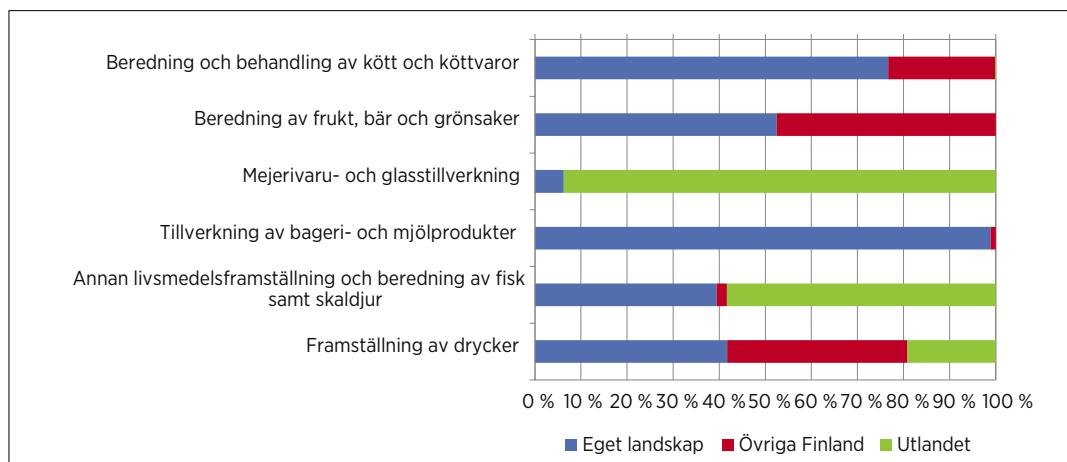
<sup>115</sup> Uppgifter: Toimiala Online, 2013.

<sup>116</sup> Det finns dock skäl att observera att svaren från alla företag inkluderas i de rapporterade resultaten, oberoende av hur stor del av företags omsättning som kommer från den aktuella undergrenen. Om man under mejerivaror skulle rapportera enbart svaren från de företag som tillverkar egentliga mejerivaror skulle andelen råvaror från det egna landskapet vara 100 procent.

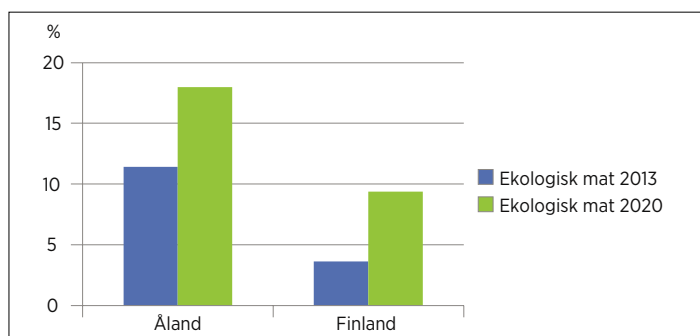




**Figur 103.** Råvaruinköpsens fördelning på olika områden per produktgrupp i åländska livsmedelsföretag.<sup>117</sup>



**Figur 104.** Försäljningens fördelning på olika områden per produktgrupp i åländska livsmedelsföretag.<sup>118</sup>



**Figur 105.** Andel ekologisk produktion i åländska livsmedelsföretag åren 2013 och 2020.

<sup>117</sup> I enkäten deltog endast en fiskförädlare. Resultat som grundar sig på ett enda svar rapporteras inte separat, varför det aktuella svaret presenteras tillsammans med svaren från de övriga livsmedelsproducenterna.

<sup>118</sup> I enkäten deltog endast en fiskförädlare. Resultat som grundar sig på ett enda svar rapporteras inte separat, varför det aktuella svaret presenteras tillsammans med svaren från de övriga livsmedelsproducenterna.

det gäller ekologiska produkter både för närvarande och enligt bedömningarna även i den närmaste framtiden.

Resultaten av enkäten för livsmedelsföretag visar att de åländska livsmedelsföretagen har en optimistisk syn på framtiden. I regel bedömde svarspersonerna att omsättningen kommer att öka jämfört med nuläget. Så mycket som över 80 procent av de företag som deltog i enkäten bedömde att deras omsättning kommer att öka mellan åren 2013 och 2020. Endast två företag uppgav att omsättningen kommer att minska, och en svarsperson uppgav att företagets omsättning kommer att ligga på samma nivå som för närvarande.

De åländska livsmedelsföretagen bedömde att deras omsättning kommer att öka före utgången av 2020 med i genomsnitt 6 procent jämfört med nuläget. I de små företagen var tillväxtförväntningarna betydligt högre än så, till och med flera tiotals procent. Majoriteten av de företag som eftersträvar tillväxt bedömde att deras omsättning kommer att öka med 21–30 procent före utgången av 2020. Några företag bedömde att deras omsättning kommer att fördubblas under den aktuella tidsperioden. Det största företaget som deltog i enkäten efterstavar en något måttligare tillväxt, vilket även inverkar på de genomsnittliga tillväxtförväntningarna. Motiveringarna till de måttliga tillväxtför-

väntningarna var bland annat den begränsade närmarknaden, och de mer positiva förväntningarna motiverades å sin sida med turismens inverkan:

*”Begränsad lokal marknad ger långsam omsättningsökning.”*

(Köttprodukter, över 30 anställda, Åland)

*”Vi driver ett ungt företag i turistbranschen. Ökad kunskap om företaget kommer att öka omsättningen!”*

(Bageri, under 10 anställda, Åland)

När det gäller betydande trender som kommer att skapa förändringar inom den närmaste framtiden uppgav de åländska livsmedelsföretagen uppskattningen för närmat och en ökning i efterfrågan bland konsumenter. En stor del av svarspersonerna trodde att uppskattningen för närproducerad mat kommer att öka kontinuerligt, och som motiveringar till detta uppgavs bland annat att konsumenternas förtroende för de stora livsmedelsfabrikerna har minskat. Svarspersonerna trodde att konsumenterna i allt större utsträckning vill veta varifrån den mat de köper och konsumerar härstammar, och närmaten är ett svar på detta behov. De trodde också att efterfrågan på ekologiska produkter kommer att öka före utgången av



Åland är den mest havsnära delen av Finland. (Bild: Merja Lähdesmäki)

2020, särskilt inom vissa undergrenar där efterfrågan på ekologiska produkter för närvarande ännu inte är särskilt stor. Svarspersonerna trodde också att EU-bestämmelser kommer att ha en avsevärd inverkan på livsmedelsbranschens framtid. Dessutom förutspådde svarspersonerna att antalet småföretag inom den egna näringsgrenen kommer att öka och funderade på vilken effekt de åldrande företagen kommer att ha på företagens framtid.

*"Konsumenten blir mera medveten om matens ursprung och vill äta lokalproducerad mat."*

(Köttprodukter, under 10 anställda, Åland)

I de åländska livsmedelsföretagen ansåg man att samhällsansvaret är en mycket viktig aspekt. Miljöansvaret var enligt alla svarspersoner antingen viktigt, (29 % av svarspersonerna), ganska viktigt (18 %) mycket viktigt (53 %). Miljöansvaret hade beaktats på många olika sätt i företagen. Företagen hade fäst uppmärksamhet vid att minska vattenförbrukningen i produktionen, effektivisera produktionen och även i allmänhet vid att göra miljövänliga investeringar. Vissa företag hade dessutom skaffat miljöcertifikat. Även återvinning, kompostering och korta transportsträckor hade beaktats i företagen. Allt detta ville man informera om utåt och även sprida informationen till slutanvändarna av produkterna.

*"På alla nivåer från produktion och förädling till försäljning."*

(Beredning och behandling av kött och köttvaror, under 10 anställda, Åland)

*"Vi använder mindre vatten på produktionen än förr. Vi uttnytjar också värme från tillverkningsprocessen."*

(Framställning av drycker, under 10 anställda, Åland)

När det gäller samhällsansvaret ansågs ansvaret för den närmaste omgivningen vara nästan lika viktigt som miljöansvaret; cirka 86 procent av svarspersonerna ansåg att ansvaret för den närmaste omgivningen var viktigt, ganska viktigt eller mycket viktigt. Resterande 14 procent av svarspersonerna ansåg att ansvaret för den närmaste omgivningen inte var särskilt viktigt i den egna företagsverksamheten. Svarspersonerna upplevde det viktigt att företaget betjänar den närmaste omgivningen och dess invånare genom att tillgodose just de önskemål som framförs i den. Företagen deltog även frivilligt i lokalt utvecklingsarbete tillsammans med myndigheter och andra instanser.

Vissa företag hade också sponsringsverksamhet på lokal nivå och sponsrade till exempel idrottsföreningar. I svaren betonades att Åland befinner sig i en speciell position redan enbart på grund av det geografiska läget, varför varje företag är viktigt för den närmaste omgivningen och dess invånare. Produktion av livsmedel på Åland är naturligtvis också till fördel för det lokala lantbruket, eftersom livsmedelsföretagen vidareförädlar lokalproducerade råvaror. Ett företag upplevde sig också bära ansvar för att väcka och öka medvetenheten om ekologiska produkter i den närmaste omgivningen:

*"Vi informerar ständigt om ekologiska livsmedel och försöker aktivt öka intressen för att producera ekologiska livsmedel lokalt."*

(Bageri, under 10 anställda, Åland)

Mindre än 40 procent av de företag som deltog i enkäten hade någon gång besvarat en offertförfrågan från den offentliga sektorn. I två fall hade offerten lämnats tillsammans med andra företag, i de övriga fallen hade företaget gett offerten ensam. En allmän orsak till att offentliga offertförfrågningar inte har besvarats är att företagen var rädda för att deras produkter är för dyra för den offentliga sektorns budget. En orsak var enligt svarspersonerna också att företaget vill koncentrera sig på sin kärnkompetens, dvs. tillverkning av produkter, och att företaget inte alls var intresserat av all den pappersbyråkrati som offertpraxis inom den offentliga sektorn medför. Närmare hälften av svarspersonerna uppgav att de inte hade fått några offertförfrågningar, vilket sannolikt innebär att företagen inte ännu har tillräcklig kännedom om hur den offentliga sektorn fungerar.

### 3.19.3 RESULTAT AV ENKÄT SOM SKICKATS TILL UPPHANDLINGSRINGAR OCH -ENHETER

Från Åland fick man in endast ett svar på enkäten för upphandlingsringar, och svaren var i huvudsak formulerade i ord. Därför går det inte heller att bedöma hur ekonomin och sysselsättningen i landskapet skulle påverkas om man skulle öka användningen av lokala råvaror i de offentliga köken i landskapet. Av samma orsak inkluderas upphandlingsringarna på Åland inte i de siffror som beskriver hela Finland. Eftersom det inte finns några siffror att presentera ges endast en kort beskrivning av situationen på Åland när det gäller upphandlingsringar.

Ännu år 2013 gjorde kommunerna på Åland sina upphandlingar separat, men enligt uppgifter



Potatis som kokas med skal bibehåller vitaminerna bättre. (Bild: Leena Viitaharju)

från några kommuner är tanken att små kommuner i fortsättningen ska göra sina upphandlingar tillsammans med den största kommunen i landskapet, Mariehamns stad. Detta innebär alltså att den offentliga upphandlingen håller på att förändras på Åland.

Utifrån svaret på enkäten är de viktigaste faktorerna, som påverkar upphandlingen av livsmedel före utgången av 2020, gemensamma menyer och att göra närmatill till en självklar sak på dessa menyer. I framtiden kommer upphandlingsfunktionen och den kökspersonal som tillagar maten att hålla gemensamma planeringsmöten där upphandlingen av livsmedel planeras noggrant och så att de motsvarar det exakt rätta behovet.

Andelen närmatill i de offentliga köken på Åland skulle kunna ökas genom att man betonar betydelsen av naturligt producerade produkter för naturen och miljön i allmänhet. Närmatill och användningen av den även inom den offentliga sektorn ansågs visserligen vara ett mervärde redan i sig. År 2012 satte Mariehamn som mål att hela 75 procent av de använda råvarorna ska vara ekologiskt producerade före utgången av 2020. Sommaren 2013 när enkäten genomfördes var det alldeles för tidigt att säga om man kommer att nå det målet.

### 3.19.4 REGIONALEKONOMISKA EFFEKTER AV LANTBRUKET OCH LIVSMEDELS-INDUSTRIEN

#### 3.19.4.1 Effekter i nuläget

Enligt resultaten har lantbruket och livsmedelsindustrin en tydlig inverkan på ekonomin och sysselsättningen på Åland. Lantbrukets inverkan på Ålands BNP är cirka 3,8 procentenheter, dvs. cirka 41 miljoner euro, när även multiplikatoreffekterna beaktas. Lantbrukets inverkan på sysselsättningen i landskapet är cirka 4,4 procentenheter, vilket omfattar närmare 800 årsverken. Livsmedelsindustrin har en större inverkan på ekonomin på Åland än lantbruket och dryckesframställningens inverkan på landskapets BNP är cirka 6,5 procentenheter, vilket motsvarar cirka 70 miljoner euro. Livsmedelsindustrins inverkan på sysselsättningen i landskapet är cirka 3,3 procentenheter, dvs. cirka 600 årsverken.

På Åland är livsmedelsindustrin lite mer ensidig jämfört med i de övriga landskapen; enligt statistiken tillverkas till exempel inga fetter, kvarnprodukter och djurfoder alls på Åland. Av undergrenarna inom livsmedelsbranschen är det förädlingen av frukt, grönsaker och bär som har störst

inverkan på ekonomin och sysselsättningen på Åland. Inverkan är cirka 39 miljoner euro och 266 årsverken. Den näst största inverkan har fiskförädlingen, närmare 11 miljoner euro och 90 årsverken.

Sysselsättningskoefficienten för livsmedels- och dryckesframställningen på Åland är 1,6. Det innebär att en anställd inom livsmedelsindustrin sysselsätter 0,6 andra, varav merparten riktar sig till den övriga livsmedelskedjan. Lantbrukets sysselsättningskoefficient är 1,1. Det innebär att en

anställd inom lantbruket skapar 0,1 andra arbets-tillfällen genom multiplikatoreffekterna.

3.19.4.2 Framtida effekter

Från Åland fick man inte in några numeriska svar på enkäten för upphandlingsringar, och därför var det inte möjligt att räkna ut de framtida regional-ekonomiska effekterna av en ökning av användningen av närmat i de offentliga köken i landskapet.

Tabell 57. Effekter av lantbruket och livsmedelsindustrin på Åland.

Näringsgren	BNP (procentenhet)	BNP (miljoner euro)	Sysselsättning (procentenhet)	Sysselsättning (åv)
LANTBRUK	3,84	41,37	4,37	795
Köttförädling och slakt	0,40	4,26	0,28	50
Fiskförädling	0,99	10,66	0,50	90
Beredning av frukt, bär och grönsaker	3,61	38,89	1,46	266
Mejerivarutillverkning	0,82	8,79	0,62	113
Tillverkning av bageriprodukter	0,41	4,39	0,26	48
Annan livsmedelsframställning	0,12	1,29	0,09	17
Framställning av drycker	0,13	1,41	0,09	17
LIVSMEDELSINDUSTRI TOTALT	6,47	69,69	3,30	601

## 4 SELVITYKSEN TULOKSIA KOKO MAAN TASOLLA JA VERTAILUA MAAKUNTIEN VÄLILLÄ

### 4.1 YRITYSKYSELYN TULOKSIA

Elintarvikkeita jalostaville yrityksille lähetettiin keväällä 2013 e-lomakekysely, jota täydennettiin puhelinhaastatteluilla. Tässä luvussa käydään läpi kyselystä saatuja tuloksia koko Suomen tasolla sekä vertaillaan maakuntien tuloksia keskenään. Kanta- ja Päijät-Hämeen, Keski-Suomen sekä Varsinais-Suomen osalta tulokset perustuvat aikaisempien selvitysten (Määttä & Törmä, 2012 a; b; c) yhteydessä tehtyihin kyselyihin.<sup>119</sup>

Koko Suomen tasolla elintarvikeyritykset ostavat omasta maakunnasta keskimäärin hieman yli 20 prosenttia alkutuotannon raaka-aineista. Muualta Suomesta hankitaan keskimäärin noin puolet raaka-aineistoista. Ulkomaisten raaka-aineiden osuus on noin neljännes kaikista alkutuotannon raaka-aineistoista.

Yrityksille lähetetyn kyselyn tulosten perusteella elintarvikeyritykset ostavat omasta maakunnasta vaihtelevasti alkutuotannon raaka-aineita (kuvio 106). Tulosten mukaan oman maakunnan osuus alkutuotannon raaka-aineista on korkein Kainuun ja Ahvenanmaan maakunnissa, joissa noin 65 prosenttia alkutuotannon raaka-aineista ostetaan omasta maakunnasta. Vastaavasti oman maakunnan osuus on pienin Uudenmaan ja Kymenlaakson maakunnissa alle kymmenen prosentin osuuksilla. Pohjois-Savon ja Kymenlaakson elintarvikeyritykset ostavat eniten ulkomailta alkutuotannon raaka-aineita: näissä maakunnissa tuontiraaka-aineiden osuus kaikista raaka-aineistoista on lähes 40 prosenttia. Pienimmät ulkomaisten alkutuotannon raaka-aineiden osuudet ovat Etelä-Pohjanmaalla, Kainuussa, Keski-Suomessa, Lapissa ja Pohjois-Karjalassa, joissa ulkomaisten raaka-aineiden osuus on noin viisi prosenttia.

Vastausten perusteella useissa maakunnissa monet elintarvikeyritykset tuottavat päätoimialaansa kuuluvien tuotteiden lisäksi muihin ala-



Kotimaiset raaka-aineet tulevat läheltä. (Kuva: EkoCentria/Tero Takalo-Eskola)

toimialoihin<sup>120</sup> luettavia tuotteita. Raportoiduissa tuloksissa on huomioitu kaikkien yritysten vastaukset riippumatta siitä, kuinka suuri osa yrityksen liikevaihdosta kertyy kyseiseltä alatoimialalta. Jos tuloksissa olisi huomioitu ainoastaan kunkin yrityksen päätoimialaa koskevat vastaukset, paikallisuusaste saattaisi olla muutamia prosenttiyksiköitä raportoitua suurempi. Kotimaisuusastetta kuvaavaan tulokseen tämä laskentatavan muutos ei vaikuttaisi olennaisesti.

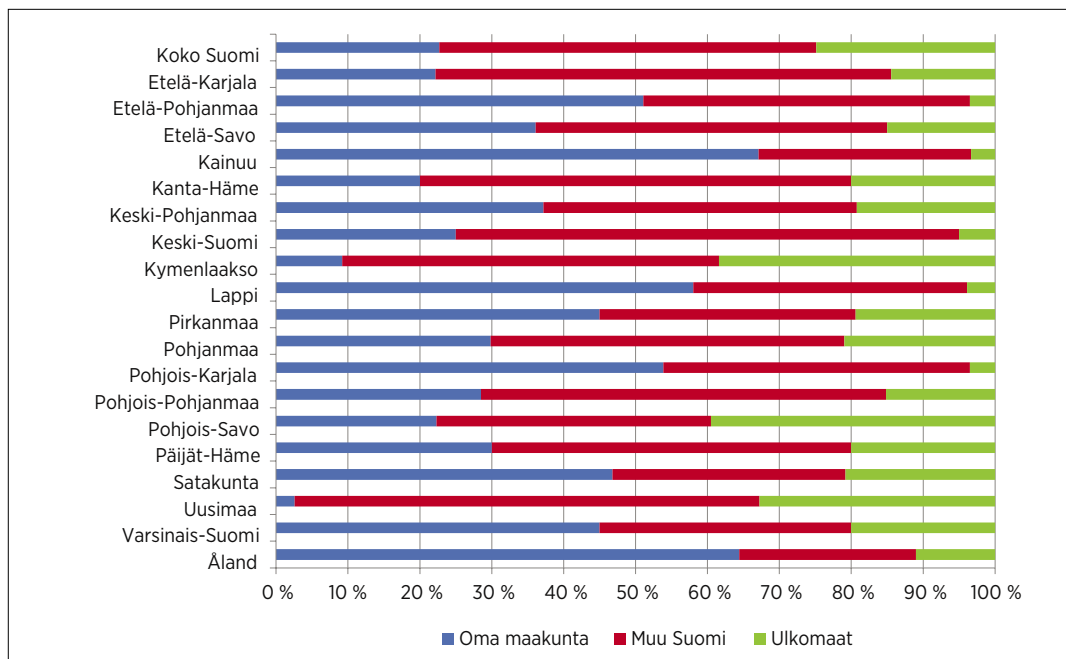
<sup>119</sup> Kanta-Hämeen, Keski-Suomen, Päijät-Hämeen ja Varsinais-Suomen elintarvikealan yritysten tekemät raaka-aineostot eivät ole mukana koko Suomen keskimääräisissä tuloksissa.

<sup>120</sup> Alatoimialoja ovat lihatuotteiden valmistus, kalan jalostus jne.

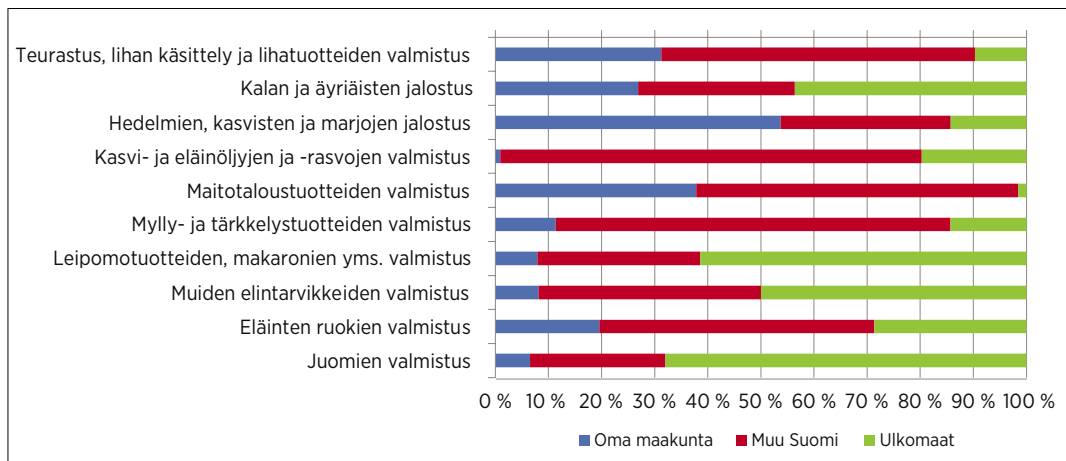


Alatoimialakohtaisesti tarkasteltuna oman maakunnan osuus raaka-aineistoista on suurin hedelmiä, kasviksia ja marjoja jalostavien yritysten kohdalla (kuvio 107). Kasvi- ja eläinöljyjä ja -rasvoja valmistavissa yrityksissä oman maakunnan osuus raaka-aineistoista on pienin. Myös juomia, leipomotuotteita ja muita elintarvikkeita valmistavissa yrityksissä pieni osuus raaka-aineista ostetaan oman maakunnan sisältä. Tuontiraaka-aineiden osuus on merkittävin juomia sekä leipomotuotteita valmistavissa yrityksissä, joissa yli puolet raaka-aineista hankitaan ulkomailta.

Maakuntakohtaisia tuloksia käsittelevissä luvuissa on esitetty, miten yritysten ilmoittama monitoimialaisuus on saattanut vaikuttaa tuloksiin. Yleisesti ottaen jos tuloksissa olisi huomioitu vain yritysten päätoimialojaan koskevat vastaukset, koko maakuntaa koskevat tulokset eivät olisi muuttuneet merkittävästi, mutta alatoimialoja koskevat tulokset olisivat voineet muuttua huomattavastikin. Sama pätee koko maan keskimääräisiin tuloksiin. Jos laskennassa olisi huomioitu vain ne vastaukset, jotka koskevat yritysten päätoimialoja, monilla alatoimialoilla paikallisuusaste olisi raportoitu



Kuvio 106. Elintarvikeyritysten alkutuotannon raaka-aineostojen jakautuminen eri alueille maakunnittain.



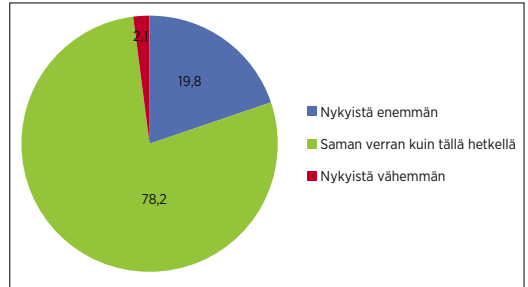
Kuvio 107. Elintarvikeyritysten alkutuotannon raaka-aineostojen jakautuminen eri alueille alatoimialoittain.



suurempi. Etenkin kasvi- ja eläinöljyjen ja -rasvojen sekä mylly- ja tärkkelystuotteiden päätoimisten valmistajien käyttämistä raaka-aineista huomattavasti raportoitua suurempi osuus ostetaan omasta maakunnasta. Alatoimialakohtaisia kotimaisuusasteita kuvaavat tulokset eivät muuttuisi merkittävästi, vaikka tuloksissa olisikin huomioitu vain kunkin yrityksen päätoimialaansa koskeva vastaus. Maakuntakohtaiset tulokset perustuvat yleensä vain muutamien yritysten vastauksiin. Rajoittamalla tarkastelu vain yritysten päätoimialoihin vastausten määrä vähenee edelleen. Tämä on syytä huomioida tuloksia tulkittaessa.

Paikallisten raaka-aineiden käytössä ei yritysten arvioiden mukaan tapahdu suuria muutoksia lähitulevaisuudessa. Lähes 80 prosenttia vastaajista ilmoitti, että tulevaisuudessa heidän yrityksessään käytetään omasta maakunnasta ostettuja raaka-aineita suunnilleen yhtä paljon kuin tällä hetkellä. Vastaajista 20 prosenttia arvioi, että paikallisten raaka-aineiden osuus kasvaa. Muutama vastaaja ennakoii paikallisten raaka-aineiden osuuden olevan jatkossa nykyistä pienempi.

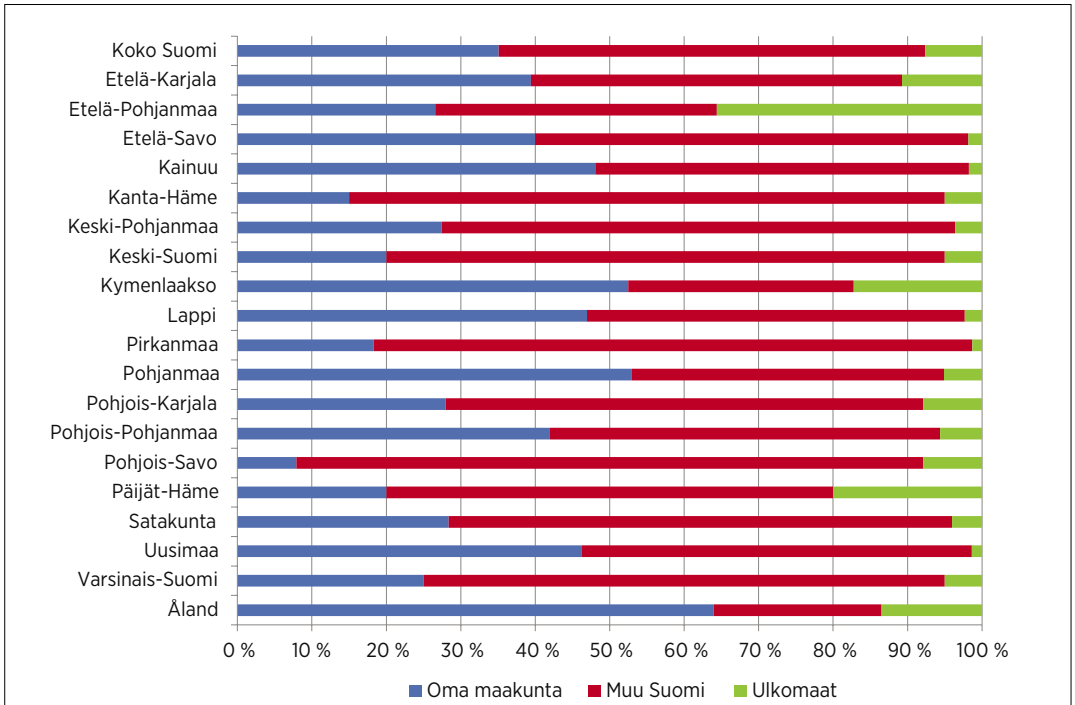
Koko Suomen tasolla elintarvikealan yritysten myynnistä hieman yli 35 prosenttia kertyy yritysten oman maakunnan sisäältä. Muualle Suomeen kohdistuu lähes 60 prosenttia yritysten myynnistä. Viennin osuus on hieman alle kymmenen prosenttia elintarvikeyritysten liikevaihdosta.



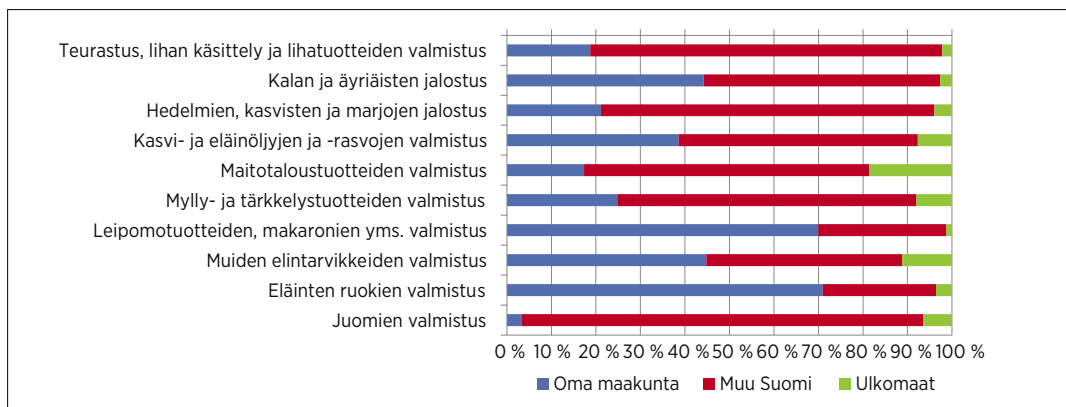
**Kuvio 108.** Elintarvikeyritysten käyttämien paikallisten raaka-aineiden osuuden muuttuminen.

Leipomotuotteita ja eläinten ruokia valmistavat yritykset myyvät noin 70 prosenttia tuotannosta omassa maakunnassa. Sitä vastoin juomien valmistajien myynnistä vain muutama prosentti kohdistuu paikallisille markkinoille. Viennin osuus on suurin maitotaloustuotteiden valmistajien kohdalla – niiden myynnistä lähes viidennes kertyy ulkomaankaupasta. Useimmilla alatoimialoilla viennin osuus on kuitenkin varsin vähäinen.

Vähittäiskaupan ja tukkumyynnin kautta kertyy suurin osa suomalaisten elintarvikeyritysten liikevaihdosta. Vastausten perusteella keskimäärin 35 prosenttia myynnistä kohdistuu tukkuliiketeisiin ja toiset 35 prosenttia vähittäiskauppoihin. Ruokapalveluita tarjoaville yrityksille ja yhteisöille myydään keskimäärin hieman alle 20 prosenttia



**Kuvio 109.** Elintarvikeyritysten myynnin jakautuminen eri alueille maakunnittain.

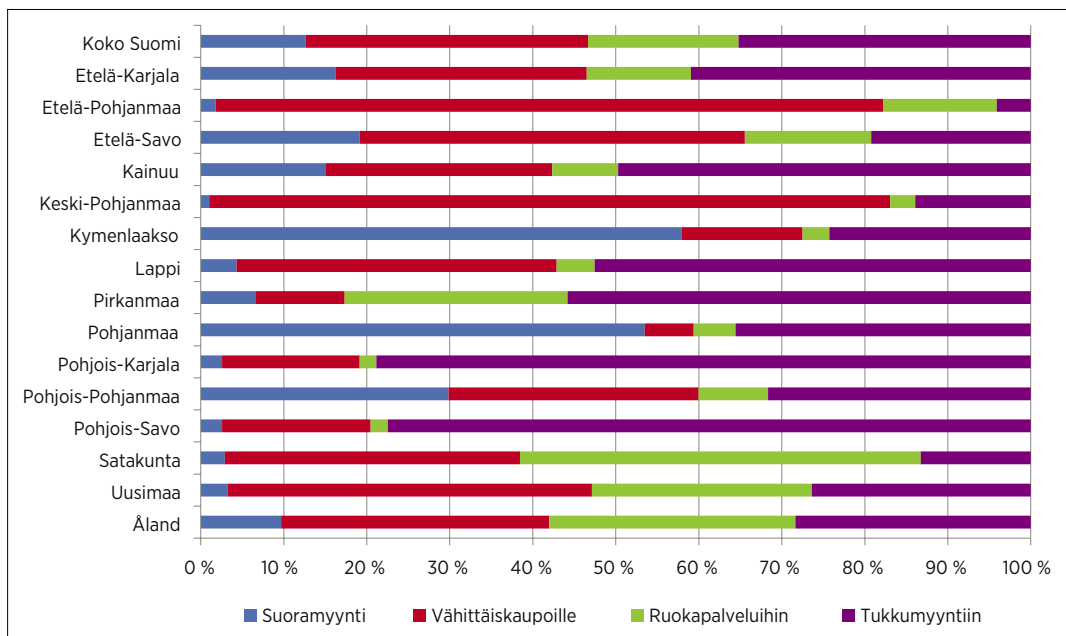


Kuvio 110. Elintarvikeyritysten myynnin jakautuminen eri alueille alatoimialoittain.

tuotannosta. Suoramyyntiin osuus kokonaismyynnistä on reilut kymmenen prosenttia.

Maakuntien välillä on suuria eroja siinä, minne elintarvikeyritysten myynti kohdistuu. Esimerkiksi Kymenlaaksossa ja Pohjanmaalla yli puolet myynnistä kertyy suoramyyntin kautta, vaikka sen osuus koko Suomen tasolla on melko pientä. Etelä- ja Keski-Pohjanmaalla korostuu vähittäiskauppojen osuus. Satakunnassa lähes puolet myynnistä on suunnattu ruokapalveluita tarjoaville toimijoille. Pohjois-Karjalassa ja Pohjois-Savossa puolestaan lähes 80 prosenttia myynnistä kohdistuu tukkuliikkeisiin.

Kyselyyn vastanneet elintarvikeyritykset ilmoittivat, että tällä hetkellä keskimäärin neljä prosenttia niiden tuotannosta on luomutuotteita (taulukko 58). Vastaajat arvioivat, että luomun osuus kasvaa noin yhdeksään prosenttiin vuoteen 2020 mennessä. Maakuntien välillä on havaittavissa suuria eroja. Tällä hetkellä luomun osuus eri maakunnissa vaihtelee prosentista lähes 20 prosenttiin. Tulevaisuutta koskeissa arvioissa vaihtelu on vieläkin suurempaa: joidenkin maakuntien yritykset arvioivat keskimääräiseksi luomun osuudeksi pari prosenttia, kun taas toisissa keskimääräisen osuuden arvioitiin nousevan jopa 35 prosenttiin.



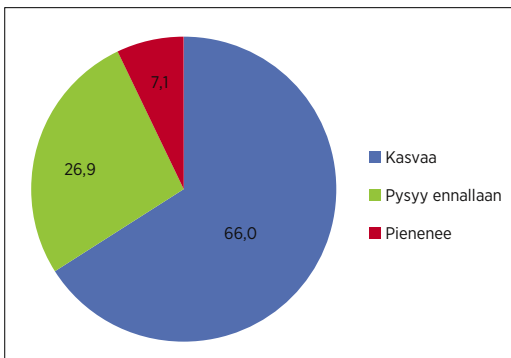
Kuvio 111. Elintarvikeyritysten myynnin jakautuminen eri myyntikanaviin<sup>121</sup>.

<sup>121</sup> Myynnin jakautumisessa eri tahoille Kanta- ja Päijät-Hämeen, Keski-Suomen sekä Varsinais-Suomen osalta vastauksia ei ollut saatavilla, koska aikaisemmassa kyselyssä ei tätä asiaa kysytty.

**Taulukko 58.** Elintarvikeyritysten nykyiset ja vuodelle 2020 arvioidut luomutuotteiden osuudet.

Toimiala	Luomun osuus (%) nykyhetki	Luomun osuus (%) v. 2020
Etelä-Karjala	14	25
Etelä-Pohjanmaa	3	7
Etelä-Savo	4	35
Kainuu	19	17
Kanta-Häme	2	8
Keski-Pohjanmaa	1	7
Keski-Suomi	1	5
Kymenlaakso	4	13
Lappi	2	2
Pirkanmaa	2	3
Pohjanmaa	2	3
Pohjois-Karjala	6	34
Pohjois-Pohjanmaa	2	6
Pohjois-Savo	2	3
Päijät-Häme	3	7
Satakunta	2	2
Uusimaa	6	12
Varsinais-Suomi	4	8
Åland	11	18
<b>Koko Suomi</b>	<b>4</b>	<b>9</b>

Suomalaiset elintarvikealan yritykset suhtautuvat vastaustensa perusteella optimistisesti tulevaisuuteensa liikevaihdon kehittymisen suhteen (kuvio 112 ja taulukko 59). Suurin osa eli 66 prosenttia vastaajista arvioi, että heidän liikevaihtonsa kasvaa vuoteen 2020 ulottuvan ajanjakson kuluessa.



**Kuvio 112.** Elintarvikealan yritysten arviot liikevaihdon kehittymisen suunnasta vuosina 2013–2020.

Vastaajista 27 prosenttia ilmoitti, että liikevaihto pysyy lähivuosina suunnilleen nykyisellä tasolla. Seitsemän prosenttia vastaajista ennakoii liikevaihtonsa pienenevän, useimmiten yrittäjän eläkkeelle jäämisen vuoksi.

**Taulukko 59.** Elintarvikealalla olevien yritysten arviot keskimäärin liikevaihdon kehittymisestä maakunnittain vuosien 2013 ja 2020 välillä<sup>122</sup>.

Toimiala	Liikevaihdon kehitys keskimäärin (%)
Etelä-Karjala	50
Etelä-Pohjanmaa	20
Etelä-Savo	75
Kainuu	25
Kanta-Häme	20
Keski-Pohjanmaa	45
Keski-Suomi	-
Kymenlaakso	10
Lappi	25
Pirkanmaa	5 <sup>123</sup>
Pohjanmaa	25
Pohjois-Karjala	40
Pohjois-Pohjanmaa	25
Pohjois-Savo	20
Päijät-Häme	25
Satakunta	20
Uusimaa	25
Varsinais-Suomi	35
Åland	5
<b>Koko Suomi</b>	<b>25</b>

<sup>122</sup> Liikevaihdon kehitysarviot on ilmoitettu viiden prosenttiyksikön tarkkuudella. Kanta- ja Päijät-Hämeen sekä Varsinais-Suomen kasvuennusteet perustuvat aiempiin selvityksiin. Keski-Suomen osalta ei ole esitetty arviota, koska sitä ei kysytty aiemmassa selvityksessä. Näiden neljän maakunnan yritysten arviot eivät ole mukana koko Suomen keskimääräisissä kasvuarvioissa. Aiemmissa selvityksissä raportoidut kasvuennusteet ovat kuitenkin samansuuntaisia kuin tässä selvityksessä saatu keskimääräinen kasvuennuste.

<sup>123</sup> Pirkanmaalla kaksi liikevaihdoltaan suurinta kyselyyn vastannutta yritystä ei esittänyt kasvuarviotaan, minkä vuoksi liikevaihdon keskimääräisestä kasvusta maakuntatasolla voidaan esittää ainoastaan suuntaa antavia arvioita.

Lähes kolme neljästä kyselyyn osallistuneesta elintarvikeyrityksestä kertoi näkemyksensä siitä, mitkä muutostrendit vaikuttavat merkittävimmin yritystoimintaan vuoteen 2020 mennessä. Vastauksissa esitettiin monenlaisia näkökohtia, jotka voidaan jaotella kolmeen laajempaan ryhmään: kuluttajakäyttäytymiseen, yritysten sisäiseen toimintaan ja yleisesti toimintaympäristöön liittyviin muutostrendeihin. Useimmin ja monipuolisimmin vastaajat kuvasivat asiakkaiden näkemyksissä ja mieltymyksissä tapahtuvia muutoksia. Toisaalta moni vastaaja totesi, että heidän yritystoimintansa on vakiintunut ja ruoalle on aina kysyntää, joten muutostrendit eivät vaikuta merkittävästi heidän toimintaansa.

Lähiruoan suosion kasvaminen oli vastaajien useimmin mainitsema muutostrendi – yli neljännes vastaajista nimesi lähellä tuotetut elintarvikkeet ja juomat tulevaisuuden vahvistuvaksi trendiksi. Toinen vastauksissa toistunut teema keskittyy elintarvikkeiden laatuun: vastaajien mukaan asiakkaat suosivat yhä enemmän terveellisiä, puhtaita, lisäaineettomia, korkealaatuisia, tuoreita ja turvallisia tuotteita, joiden valmistuksessa on vältetty tarpeetonta prosessointia ja jotka sisältävät aitoja raaka-aineita ja makuja. Samoihin aihepiireihin liittyy se, että useiden vastaajien mukaan asiakkaat ovat aiempaa kiinnostuneempia tuotteiden alkuperästä, vaativat tuotteiden jäljitettävyyttä, tuotannon läpinäkyvyyttä ja selkeitä pakkausmerkintöjä sekä arvostavat kestävästi tuotettuja elintarvikkeita ja luotettavia elintarvikeyrityksiä. Niin ikään vastaajat uskoivat kotimaisuuden arvostuksen kuten myös luomutuotteiden suosion vahvistuvan.

Seuraavat voimistuvat ilmiöt, jotka liittyvät kulutuskäyttäytymisessä havaittaviin muutoksiin, saivat vastauksissa yksittäisiä mainintoja:

- ilmenee nopeita karppaamisen kaltaisia uusia ruokatrendejä
- asiakkaiden toivoma tuotevalikoima laajenee – vähän jalostetuista valmistutuotteisiin
- erikoisruokavaloita (esim. allergioiden vuoksi) noudattavien asiakkaiden määrä kasvaa
- paljastuu ruokaskandaaleja
- erikoistuotteiden kysyntä kasvaa
- valmistustuotteiden kysyntä kasvaa
- asiakkaat tekevät enemmän ruokaa kotona ja ovat kiinnostuneita omavaraistaloudesta
- asiakkaat ovat kiinnostuneempia pienten yritysten tarjonnasta ja suoramyynnistä
- asiakkaat ovat kiinnostuneempia käsityönä tehdyistä tuotteista
- asiakkaiden hintatietoisuus vahvistuu
- luonnon tuotteiden arvostus vahvistuu

- asiakkailla on enemmän lemmikkieläimiä ja niiden hoitoon sijoitetaan enemmän varoja, mikä vaikuttaa eläinten ruokien valmistajien toimintaan
- asiakkaiden suosimien kalalajien ja kalastustapojen painotukset muuttuvat
- ruokakulttuuri muuttuu
- asiakkaat vaativat korkeampaa toimitusvarmuutta.

Useissa vastauksissa korostettiin lainsäädännössä ja poliittisissa päätöksissä tapahtuvia muutoksia. Etenkin juomia valmistavat yritykset toivat esiin tähän liittyviä näkökohtia. Vastauksissa kiinnitettiin huomiota myös maatalouspolitiikan muutoksiin ja yleisesti elintarvikelainsäädännön kehittymiseen. Monissa vastauksissa kerrottiin kiristyvästä valvonnasta ja lisääntyvästä byrokratiasta. Yleinen taloustilanne ja sen vaikutus asiakkaiden maksukykyyn olivat toinen toimintaympäristön kehittymiseen liittynyt aihepiiri, jota useat vastaajat pohtivat. Niin ikään kilpailun kiristymisen sekä tuotannon ja kaupan keskittyminen suurille toimijoille olivat toistuvasti käsiteltyjä aiheita.

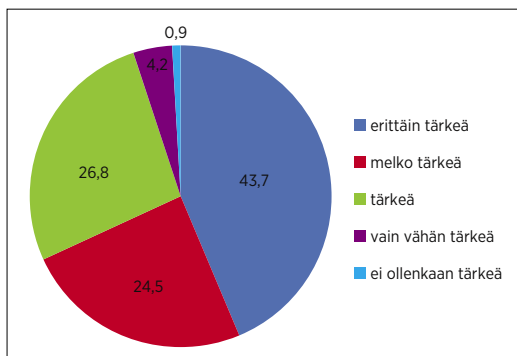
Toimintaympäristöä käsitelleissä vastauksissa kerrottiin monista muistakin näkökohdista. Seuraavat aiheet saivat yksittäisiä mainintoja:

- raaka-aineiden kustannuskehitys
- yrittäjien ikääntymisen vaikutus yritysten väliseen yhteistyöhön ja raaka-ainetuotantoon
- paikallisten, kotimaisten ja luomuraaka-aineiden saatavuuden rajallisuus
- asiakkaiden määrän muutokset joidenkin kuntien asukasmäärän vähentyessä ja ikääntyessä
- kalakantojen kehittyminen
- median painopistealueet
- maailman ruokatilanne ja maailmanmarkkinat
- ympäristöön liittyvät tekijät (esim. sää, ympäristöongelmat, ilmastonmuutos)
- julkisen sektorin budjetin vaikutus elintarvikehankintoihin
- yritysten verkostoituminen
- palkkakustannusten nouseminen
- matkailun lisääntyminen
- vaikeudet työvoiman saatavuudessa
- vaikeudet rahoituksen saamisessa
- harmaa talous.

Lisäksi vastaajat kertoivat yritysten sisäisessä toiminnassa tapahtuvista merkittävistä muutoksista. Useimmin vastaajat toivat esiin yrittäjän tai henkilökunnan ikääntymisen vaikutuksen. Moni vastaaja kertoi myös yrittäjän sairauksista tai omistajamuutoksista. Monet vastaajat kuvasivat

tuotekehityksen, tuotevalikoiman laajentamisen, uusien asiakasryhmien, uusien myyntikanavien ja tuotantoprosessin kehittämisen mukanaan tuomia muutoksia. Yksittäisissä vastauksissa pohdittiin muun muassa yrityksen toiminnan kansainvälistymisen merkitystä ja satojen onnistumista.

Kyselyssä selvitettiin myös, miten tärkeäksi yhteiskuntavastuun kantaminen koetaan suomalaisissa elintarvikealan yrityksissä. Tähän liittyen tarkasteltiin erikseen ympäristövastuuta sekä vastuuta paikallisyhteisöstä. Ympäristövastuun kantaminen koetaan erittäin tärkeäksi yli 40 prosentin kyselyyn vastanneista elintarvikeyrityksistä (kuvio 113). Ympäristöaiheet ovat melko tärkeitä tai tärkeitä noin puolelle vastaajista. Useissa vastauksissa tuotiin esiin elintarviketuotannon riippuvuus ympäristön hyvinvoinnista. Monet vastaajat kertoivat, että ympäristönäkökulma huomioidaan kaikessa toiminnassa itsestään selvänä osana päätöksentekoprosessia. Vastauksissa todettiin, että osa ympäristöä suojelevista toimista edellyttää investointeja, mutta monet ympäristöä säästävät toimenpiteet säästävät myös rahaa. Osa vastaajista kertoi valinneensa ammattinsa ja yrityksen tuotantosuunnan sen perusteella, että se aiheuttaa mahdollisimman vähän haitallisia ympäristövaiikutuksia. Eräs vastaaja puolestaan muistutti oman asenteen merkityksestä.



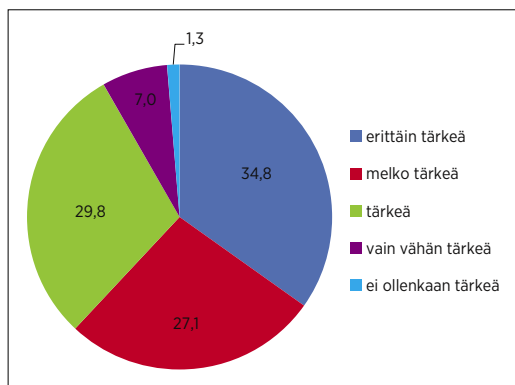
**Kuvio 113.** Ympäristöstä kannettavan vastuun tärkeys elintarvikealan yrityksille.<sup>124</sup>

Vastaajat tunnistivat useita keinoja, joiden avulla elintarvikealan yritykset voivat käytännössä kantaa ympäristövastuutaan. Useimmin vastauksissa mainittiin jätteiden lajittelu ja kierrättäminen. Vastauksissa käsiteltiin muitakin jätteisiin ja päästöihin liittyviä toimintatapoja, kuten jätteiden ja päästöjen määrän vähentäminen sekä jätteiden

hyödyntäminen. Vastaajat vähentävät tuotannosta aiheutuvia jätteitä ja päästöjä muun muassa kehittämällä tuotantoprosessejaan, tarkkailemalla ravinteiden käyttöä viljelyksessä ja huolehtimalla pesuvesien asianmukaisesta käsittelystä. Joissakin yrityksissä tuotetaan ainoastaan luomutuotteita tai tuotannossa hyödynnetään pääasiassa luomutuotannon periaatteita. Sivuvirtoja käytetään tuotannossa, jätteitä hyödynnetään energiana ja yli jääneitä tuotteita annetaan esimerkiksi eläinten ruoaksi. Resurssitehokkuus, logistiset järjestelyt, pakkausmateriaalien valinta, energiaratkaisut, puhtaiden raaka-aineiden käyttäminen sekä sähköiset asiointitavat ovat niin ikään vastaajien hyviksi havaitsemia keinoja kantaa ympäristövastuuta käytännössä.

Useissa yrityksissä on käytössä erilaisia standardeja ja ympäristöohjelmia. Monet osallistuvat ympäristöhankkeisiin, esimerkiksi toteuttamalla hoitokalastusta tai kiinnittämällä erityistä huomiota luonnon monimuotoisuuden suojelemiseen. Vastauksissa todettiin, että yritykset kantavat ympäristövastuutaan myös tarjoamalla asiakkaille ympäristön kannalta parempia vaihtoehtoja. Henkilökunnan kouluttaminen ja tiedon jakaminen yrityksen ulkopuolelle ovat niin ikään yritysten käyttämiä vastuun kantamisen muotoja. Vastauksissa korostettiin lainsäädännön ja ohjeistusten noudattamisen tärkeyttä. Lisäksi vastauksissa kiinnitettiin huomiota eläinten hyvinvoinnin edistämiseen.

Paikallisyhteisöstä kannettava vastuu koetaan miltei yhtä tärkeäksi kuin ympäristövastuu. Yhteisövastuu on erittäin tärkeää 35 prosentille, melko tärkeää 27 prosentille ja tärkeää 30 prosentille vastaajista.



**Kuvio 114.** Paikallisyhteisöstä kannettavan vastuun tärkeys elintarvikealan yrityksille.<sup>125</sup>

<sup>124</sup>Yhteiskuntavastuuta koskevilla kysymyksillä Kanta- ja Päijät-Hämeen, Keski-Suomen sekä Varsinais-Suomen osalta vastauksia ei ollut saatavilla, koska aikaisemmassa kyselyssä ei tätä asiaa kysytty.

<sup>125</sup>Yhteiskuntavastuuta koskevilla kysymyksillä Kanta- ja Päijät-Hämeen, Keski-Suomen sekä Varsinais-Suomen osalta vastauksia ei ollut saatavilla, koska aikaisemmassa kyselyssä ei tätä asiaa kysytty.



Raaka-aineita saapumassa ammattikeittiöön. (Kuva: Ekocentria/Tero Takalo-Eskola)

Vastaajat nimesivät erilaisia näkökohtia koskien yhteisövastuun kantamista käytännön toiminnassa. Useimmin vastaajat korostivat toimintansa työllistävää vaikutusta. Yritykset tarjoavat itse työpaikkoja, mutta hankkimalla raaka-aineita paikallisilta tuottajilta ja hyödyntämällä alueen toimijoiden tarjoamia palveluita työllistävä vaikutus laajenee. Elintarvikealan yritykset tekevät monipuolisesti yhteistyötä toistensa kanssa sekä osallistuvat aktiivisesti esimerkiksi paikallisten yhdistysten toimintaan. Vastauksissa todettiin yritysten toiminnan elävöittävän aluetta, esimerkiksi tarjoamalla paikallisille kokoontumispaikkoja, järjestämällä tapahtumia sekä jatkamalla alueen pitkäaikaisia perinteitä. Samalla yritykset vahvistavat alueen vetovoimaisuutta. Tuotteidensa alkuperästä kertoessaan elintarvikeyritykset markkinoivat myös omaa aluettaan.

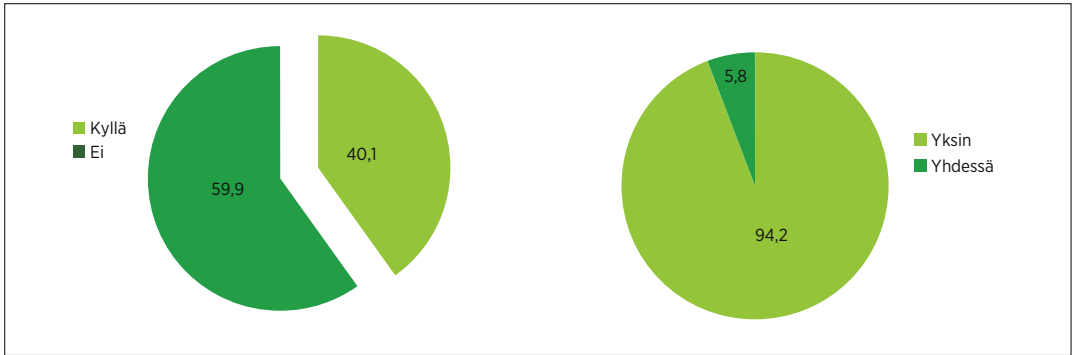
Tuotantonsa avulla yritykset voivat tarjota paikallisille asiakkailleen mahdollisuuden valita laajemmasta elintarvikevalikoimasta, joka sisältää myös asiakkaiden toivomia paikallisia tuotteita. Vastauksissa todettiin, että ympäristöstä huolehtimalla yritykset kantavat samalla vastuunsa paikallisyhteisöstään. Vastauksissa kerrottiin myös siitä, miten paikallisyhteisön näkemykset ja edut otetaan huomioon yritysten tuotantoa suunnitel-

taessa. Lisäksi muutama vastaaja muistutti siitä, että yritykset tuovat osuutensa kotikuntiansa vetotuloihin.

Julkisen sektorin tarjouspyyntöön on vastannut 40 prosenttia kyselyyn vastanneista yrityksistä. Suurin osa vastauksista on annettu yksin – vain kuusi prosenttia julkisen sektorin tarjouspyyntöön vastanneista on antanut vastauksensa yhteistyössä muiden yritysten kanssa.

Suurin osa (60 % vastaajista) ei siis ole koskaan osallistunut julkisen sektorin kilpailutuksiin. Yritykset kertoivat tälle monia perusteluita. Useimmin vastauksissa kerrottiin, että yrityksen tuotanto ei riitä kattamaan tarjouspyynnöissä edellytettyjä toimitusmääriä. Vastauksissa pohdittiin yritysten yhteistyömahdollisuuksia ja kiinnostusta tähän löytyi monilta alueilta. Eräs vastaaja kuitenkin huomautti, että yrityksillä on rajallisesti aikaa etsiä sopivia yhteistyökumppaneita.

Toinen yleinen syy sille, miksi yritykset eivät ole vastanneet julkisen sektorin tarjouspyyntöihin, on se, että yritykset eivät ole saaneet tarjouspyyntöä. Tämä voi johtua siitä, että yritykset eivät tunne julkisen sektorin tarjouspyyntökäytäntöjä eli julkisten hankintayksiköiden ilmoituskanava HILMA on yrittäjille vielä pääosin outo. Osittain syynä on myös se, että yritysten tuotevalikoima ei



**Kuvio 115.** Julkisen sektorin tarjouspyyntöön vastanneiden elintarvikealan yritysten osuus.<sup>126</sup>

suoraan sovellu julkiskeittiöiden käyttöön. Tämä mainittiinkin kolmanneksi useimmin perusteluna sille, ettei yritys ole osallistunut kilpailutukseen.

Useat vastaajat kertoivat, että he ovat löytäneet riittävästi kysyntää tuotteilleen muiltakin tahoilta, joten heillä ei ole ollut tarvetta vastata julkisen sektorin tarjouspyyntöihin. Vastaajat totesivat myös, että he eivät ole vastanneet taloudellisesti kannattamattomiin tarjouspyyntöihin tai heidän tarjouksensa on hylätty liian korkean hinnan vuoksi. Osassa yrityksistä tarjouspyyntöön vastaaminen koettiin hankalaksi ja byrokraattiseksi. Sopimusten vaatimukset ja sanktiot voidaan kokea liian vaativiksi ja joustamattomiksi, mikä rajoittaa elintarvikealan yritysten kiinnostusta vastata tarjouspyyntöihin. Joissakin yrityksissä esteeksi muodostuu logistiikka: yrityksellä ei ole omaa kuljetuskalustoa tai myyntiorganisaatiota.

## 4.2 HANKINTARENKAILLE JA -YKSIKÖILLE LÄHETETYN KYSELYN TULOKSIA

Kaikkien maakuntien hankintarenkaille ja -yksiköille lähetettiin keväällä 2013 e-lomakekysely, jota täydennettiin puhelinhaastatteluilla. Tässä luvussa käydään läpi kyselystä saatuja tietoja muun muassa paikallisen ruoan käyttösuuksista sekä hankintarenkaiden ehdotuksia paikallisen ruoan lisäämiseksi julkisissa ammattikeittiöissä. Paikallisella ruoalla tarkoitetaan tässä selvityksessä omassa maakunnassa tuotettua ruokaa.

Osa tuloksista perustuu aikaisemmin tehtyihin selvityksiin. Tällaisia tuloksia esitetään Kanta-Hämeen (Määttä ja Törmä, 2012b) ja Etelä-Savon (Määttä, Väisänen & Törmä, 2013) kohdalla. Tämä johtuu siitä, että aikaisemmissa kyselyissä saatiin kattavampia vastauksia useammalta hankintarenkaalta ja -yksiköltä kuin tämän selvityksen yhteydessä toteutetussa kyselyssä. Näin ollen aikaisemman kyselyn tulokset antavat realistisemman kuvan maakunnan hankintarenkaista ja -yksiköistä. Aikaisempien kyselyiden vastauksista ei kuitenkaan ilmene, missä suhteessa hankinnat jakautuvat eri toimialoille (esim. lihatuotteet, kalatuotteet), joten niitä ei voitu huomioida koko Suomen keskimääräisiä tuloksia laskettaessa.

Ahvenanmaalta ja Kainuusta saatiin kummas-takin yksi vastaus, joissa ei otettu kantaa siihen, missä suhteessa elintarvikkeet hankitaan omasta maakunnasta, muualta Suomesta tai ulkomailta. Keski-Pohjanmaan kolmesta vastaajasta kaksi ei ilmoittanut hankintojensa euromääräistä arvoa ja yksi ei ilmoittanut, missä suhteessa sen hankinnat jakautuvat eri toimialoille (esim. lihatuotteet, kalatuotteet). Näiden maakuntien elintarvikehankinnat eivät siten olleet mukana laskettaessa koko Suomen julkiskeittiösektoria kuvaavia tuloksia. Muutamissa muissakin maakunnissa oli vastauksia, joissa ei ilmoitettu hankintojen suuruusluokkaa tai hankintojen jakautumista eri alueille tai vastaukset olivat muutoin puutteellisia. Näiden maakuntien elintarvikehankinnat voitiin huomioida osittain maakuntien ja koko maata koskevien keskimääräisten tulosten laskennassa.

Kaksi kyselyyn vastannutta hankintarengasta ilmoitti toimivansa useiden maakuntien alueella. Näistä vastaajista toinen ei ilmoittanut, missä suhteessa se hankkii paikallisia, kotimaisia ja ulkomaisia elintarvikkeita. Vastaaja ostaa elintarvikkeet yhdeltä tukkuliikkeeltä eikä vastaajalla

<sup>126</sup> Julkisen sektorin tarjouspyyntöä koskevissa kysymyksissä Kanta- ja Päijät-Hämeen, Keski-Suomen sekä Varsinais-Suomen osalta vastauksia ei ollut saatavilla, koska aikaisemmassa kyselyssä ei tätä asiaa kysytty.





Julkisen keittiön asiakasta kiinnostaa mistä ruoka tulee. (Kuva: EkoCentria/Tero Takalo-Eskola)

ole tiedossa, missä määrin tukkuliike hankkii elintarvikkeita paikallisesti. Toinen vastaaja ei puolestaan ilmoittanut elintarvikehankintojensa euromääräistä arvoa. Näin ollen kyseisiä hankintarenkaita ei voitu huomioida laskettaessa koko Suomea kuvaavia lukuja. Voidaan kuitenkin todeta, että toinen vastaajista arvioi paikallisten hankintojen osuuden pysyvän lähivuosina samalla tasolla kuin nytkin, mutta hankintojen kotimaisuusasteen arvioitiin nousevan. Vastaajan arvioima paikallisuusaste on nyt ja tulevaisuudessa hieman koko maan keskimääräistä tasoa matalampi. Myös kotimaisuusaste on nykyisin keskimääräistä alhaisempi, mutta vuoteen 2020 mennessä sen arvioidaan nousevan keskimääräistä korkeammalle tasolle. Toinen vastaajista totesi, että sen hankintojen paikallisuusaste riippuu tulevaisuudessakin yhteistyökumppanina toimivat tukkuliikkeen hankintapäätöksistä.

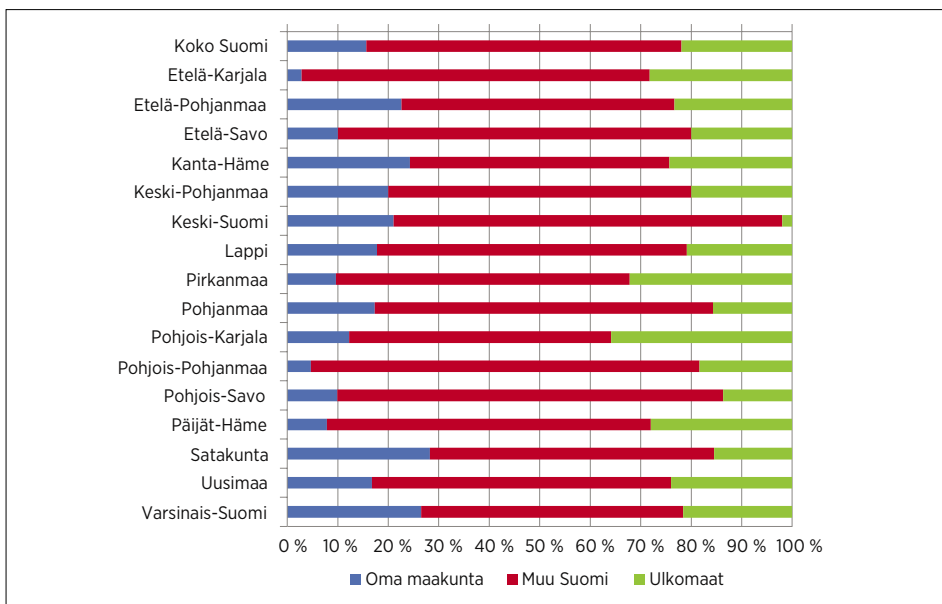
Edellä mainitut, useiden maakuntien alueella toimivat hankintarenkaat ostavat paikallisesti etenkin tuoreita leipomotuotteita sekä perunoita ja vihanneksia. Tällä hetkellä kyseiset, useamman maakunnan alueella toimivat hankintarenkaat ostavat noin prosentin elintarvikkeistaan luomutuotteina. Luomutuotteiden osuuden arvioitiin kasvavan hieman vuoteen 2020 mennessä.

Toinen monessa maakunnassa toimivista vastaajista totesi, että nykyistä pidemmälle jalostettujen elintarvikkeiden osuus hankinnoista kasvaa

tulevaisuudessa. Toinen vastaajista puolestaan kertoi, että kotimaisen ja paikallisen ruoan arvostuksen kasvaminen on muutostrendi, joka vaikuttaa sen elintarvikehankintoihin merkittävästi vuoteen 2020 mennessä. Vastaajan mukaan lähiruoa ja kotimaisten elintarvikkeiden kysynnän kasvaessa niistä tulee kalliimpia ja heikommin saatavissa olevia tuotteita.

Tällä hetkellä toinen kyseisistä hankintarenkaista järjestää yhteisiä suunnittelukokouksia ruokapalveluyrittäjien ja elintarviketuottajien kanssa sekä tukkuliikkeiden kanssa. Lähiruoa osuus hankinnoista voisi näiden vastaajien mukaan kasvaa, jos paikallisia elintarvikkeita voisi hankkia nykyistä paremmin tukkuliikkeiden kautta tai jos elintarvikehankinnat ulkoistettaisiin ja sopimuksiin sisällytettäisiin edellytys paikallisten elintarvikkeiden käyttämisestä.

Suomalaiset hankintarenkaat ja -yksiköt ostavat julkiskeittiösektorin käyttöön noin 15 prosenttia elintarvikkeista omasta maakunnastaan (kuvio 116). Kyselyyn vastanneet hankintarenkaat ja -yksiköt ostavat vuosittain lähiruokaa noin 32 miljoonan euron arvosta. Noin 65 prosenttia elintarvikehankinnoista tehdään muualta Suomesta. Julkiskeittiöiden käyttämien elintarvikkeiden kotimaisuusaste on näin ollen noin 80 prosenttia. Ulkomaisten tuotteiden osuus elintarvikehankinnoista on noin 20 prosenttia.



**Kuvio 116.** Julkisten ammattikeittiöiden elintarvikeostojen nykyinen jakautuminen eri alueille maakunnittain<sup>127</sup>.

Maakuntien välillä on havaittavissa eroja sen suhteen, missä määrin ne ostavat elintarvikkeensa omasta maakunnasta, muualta Suomesta tai ulkomailta. Erot johtuvat osin siitä, että vastaukset perustuvat vastaajien arvioihin. Moni vastaaja huomautti, että elintarvikehankintoja ei jaotella heidän tilastoissaan samalla tavoin kuin kyselyssä on tehty. Tästä syystä vastaaminen koettiin usein hankalaksi. Osa eroista voi johtua myös siitä, että vastaajat ovat tulkinneet kysymyksiä eri tavoin. Esimerkiksi osa vastaajista on pohtinut hankintojen jakautumista eri alueille niiden ostopaikan perusteella, osa jalostuspaikan tai pääraaka-aineen tuotantopaikan mukaan. Tulokset ovat kuitenkin samansuuntaisia ja niistä voidaan havaita yleisellä tasolla, missä määrin julkiskeittioihin hankitaan lähiruokaa.

Oman maakunnan osuus on suurin leipomotuotteiden kohdalla: yli neljäsosa leipomotuotteista ostetaan omasta maakunnasta (kuvio 117). Hedelmien, kasvien ja marjojen sekä maitotalous- ja lihatuotteiden osalta hankinnoista 15–20 prosenttia on lähiruokaa. Hankintarenkaiden ja -yksiköiden elintarvikeostoista euromääräisesti suurimmat tuoteryhmät ovat lihatuotteet, maitotaloustuotteet sekä hedelmä-, kasvis- ja marjatuotteet, joihin kuhunkin kulutetaan noin 20 prosenttia hankinnoista. Näiden tuoteryhmien kautta ostetaan euro-

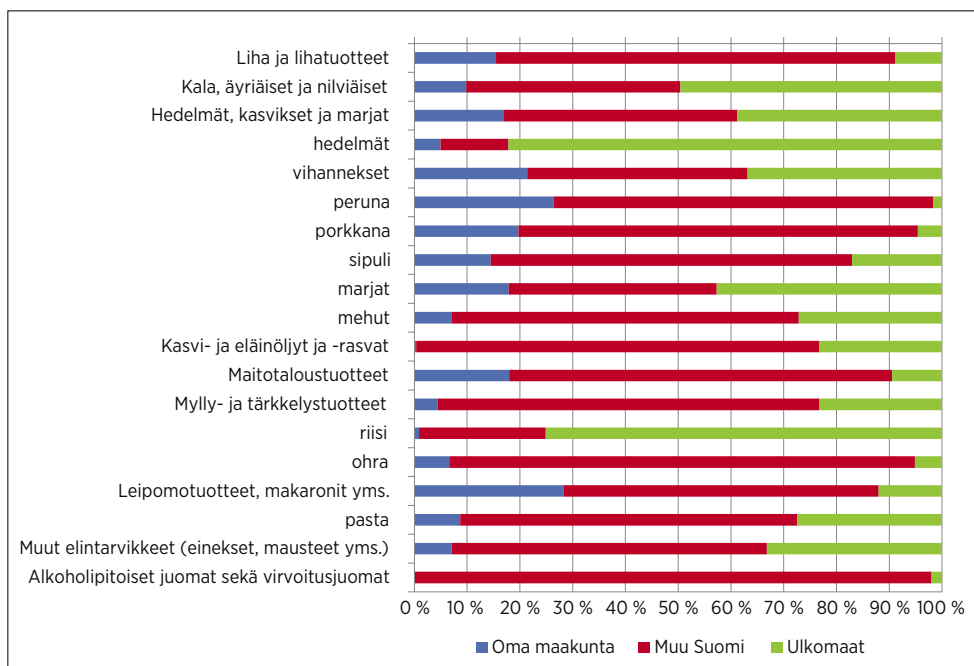
määräisesti eniten lähiruokaa julkiskeittiosektorin käyttöön.<sup>128</sup>

Vastaajat nimesivät merkittävimiksi omasta maakunnasta ostettaviksi tuotteiksi useimmiten perunat ja muut juurekset - nämä mainittiin hie- man yli puolessa vastauksista. Lähes yhtä usein vastauksissa mainittiin leipä ja muut leipomo- tuotteet. Myös erilaiset vihannekset saivat useita mainintoja. Joissakin vastauksissa nimettiin liha-, kala- ja maitotuotteet merkittävimpien omasta maakunnasta ostettavien tuotteiden joukkoon.

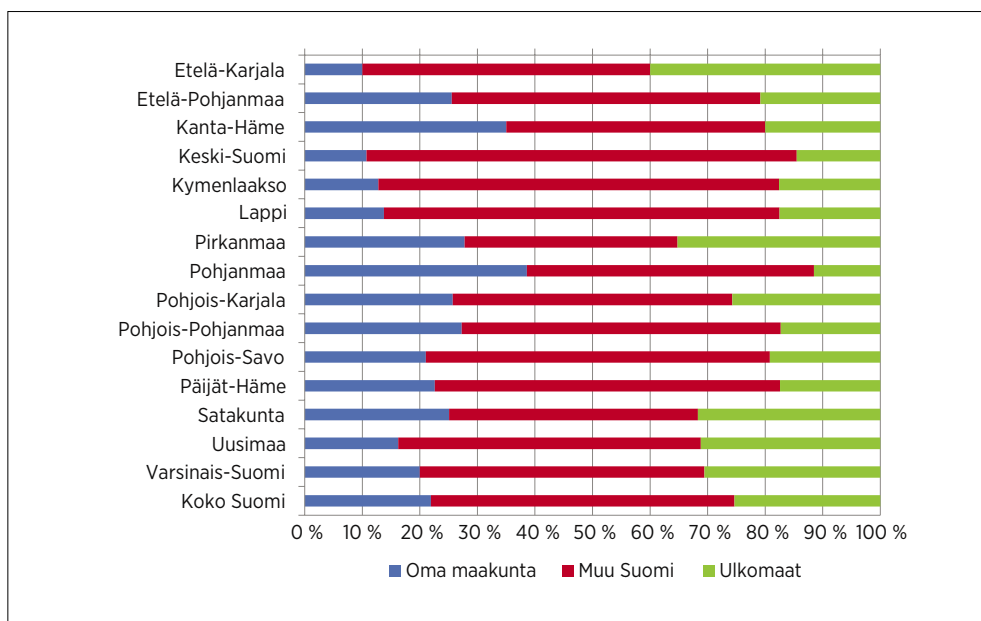
Eräässä vastauksessa kerrottiin, että vastaa- jan elintarvikehankinnoista noin 16 prosenttia ostetaan omasta maakunnasta. Päivittäisestä lautasmallin mukaisesta ruoka-annoksesta kui- tenkin noin puolet kerrottiin olevan lähiruokaa. Lähiruoan osuutta julkiskeittioiden käyttämistä elintarvikkeista voidaan siis tarkastella erilaisilla mittareilla, ja luonnollisesti tulokset vaihtelevat sen mukaisesti. Esimerkiksi tämän kyselyn tulos- ten mukaan vastaajien leipomotuotehankinnoissa oman maakunnan osuus (n. 30 %) on huomatta- vasti suurempi kuin lihatuotteiden kohdalla (n. 15 %). Lähilihatuotteisiin käytetään kuitenkin noin 50 prosenttia enemmän euroja kuin lähileipomo- tuotteisiin. Lautasmallia tarkasteltaessa saadaan jälleen uudenlainen näkökulma tilanteesta.

<sup>127</sup> Etelä-Savon ja Kanta-Hämeen osalta elintarvikeostojen jakautumi- ssa on käytetty aikaisempien selvitysten (Määttä ym. 2012b ja 2013) tuloksia, koska niissä oli mukana useampi hankintarengas/- yksikkö kuin tämän selvityksen yhteydessä toteutetussa kyselyssä.

<sup>128</sup> Vastausten perusteella maitotaloustuotteiden osuus paikallisista ostoista on noin 27 prosenttia, lihatuotteiden osuus noin 23 prosenttia ja hedelmien, kasvien ja marjojen osuus noin 21 prosenttia. Euromääräisesti mitaten lähiruokaostoista noin 15 prosenttia kohdistuu leipomotuotteisiin.



**Kuvio 117.** Julkisten ammattikeittiöiden elintarvikeostojen nykyinen jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueilla<sup>129</sup>.



**Kuvio 118.** Arvioita julkisten ammattikeittiöiden elintarvikeostojen jakautumisesta eri alueille maakunnittain vuonna 2020.

<sup>129</sup>Elintarvikeostojen jakautumisesta on käytetty aikaisempien selvitysten tuloksia Etelä-Savon (Määttä, Väisänen & Törmä, 2013) ja Kanta-Hämeen (Määttä & Törmä, 2012b) osalta, koska niissä oli mukana useampi hankintarengas/-yksikkö kuin tämän selvityksen yhteydessä toteutetussa kyselyssä.

Suomalaiset hankintarenkaat ja -yksiköt arvioivat, että vuonna 2020 noin 20 prosenttia elintarvikehankinnoista tehdään omasta maakunnasta (kuvio 118). Muun Suomen osuudeksi arvioitiin noin 55 prosenttia ja ulkomaisten tuotteiden osuudeksi noin 25 prosenttia. Lähiruoan käytön arvioitiin siis kasvavan noin viiden prosenttiyksikön verran. Muualta Suomesta ostettavien elintarvikkeiden osuus pienenee noin kymmenellä prosenttiyksiköllä, kun myös ulkomaisten tuotteiden osuuden arvioitiin kasvavan noin viiden prosenttiyksikön verran. Hankintojen kotimaisuusasteen arvioitiin siis hieman laskevan vuoteen 2020 mennessä.

Luomutuotteiden osuus hankintarenkaiden ja -yksiköiden elintarvikeostoista on tällä hetkellä Suomessa keskimäärin noin viisi prosenttia. Jokaisessa maakunnassa luomun osuuden arvioitiin kasvavan vuoteen 2020 mennessä. Tuohon ajankohtaan mennessä keskimääräisen luomuosuuden arvioitiin nousevan noin 11 prosenttiin.

**Taulukko 60.** Hankintarenkaiden ja -yksiköiden luomutuotteiden osuudet nykyisin ja vuonna 2020.

Maakunta	Luomutuotteiden osuus keskimäärin (%), nykyhetki	Luomutuotteiden osuus keskimäärin (%), v. 2020
Etelä-Karjala	0	5
Etelä-Pohjanmaa	1	3
Etelä-Savo	3	5
Kainuu	1	5
Kanta-Häme	2	10
Keski-Pohjanmaa	-	-
Keski-Suomi	1	1
Kymenlaakso	4	5
Lappi	1	5
Pirkanmaa	6	10
Pohjanmaa	1	13
Pohjois-Karjala	1	3
Pohjois-Pohjanmaa	4	5
Pohjois-Savo	3	6
Päijät-Häme	5	18
Satakunta	2	5
Uusimaa	12	26
Varsinais-Suomi	5	8
Åland	-	-
<b>Koko Suomi</b>	<b>5</b>	<b>11</b>

Lähiruokatrendin vahvistuminen nähtiin useimmin merkittävimmäksi muutostrendiksi, joka vaikuttaa hankintayksiköiden elintarvikehankintoihin tulevaisuudessa vuoteen 2020 mennessä. Taloudelliset näkökulmat, kuten kustannusten kehittyminen ja käytettävissä olevan budjetin kiristyminen esimerkiksi kuntatalouden tiukkeneamisen myötä, nousivat niin ikään merkittävimpien muutostrendien joukkoon monissa vastauksissa. Kotimaisten elintarvikkeiden ja luomuruoan arvostuksen nähtiin myös voimistuvan tulevina vuosina.

Monet muutkin muutostrendit saivat vastauksissa joitakin mainintoja. Osa niistä liittyi elintarvikkeisiin: vastauksissa arvioitiin, että ruoan terveysvaikutukset, puhtaus, turvallisuus ja jäljitettävyys sekä erilaiset ruokatrendit ovat jatkossa yhä tärkeämpiä näkökohtia. Vastausten perusteella ruoan laatu on tulevaisuuden hankintapäätöksissä hintaa tärkeämpi valintakriteeri. Vastaajat pohtivat, miten alkutuotannon väheneminen heikentää mahdollisuuksia käyttää lähiruokaa. Elintarviketuotteiden osalta hankintayksiköissä ennustettiin tuotannon ja käytettävien raaka-aineiden monipuolistuvan ja jalostusasteen nousevan. Vastauksista ilmeni näkökohta, jonka mukaan elintarvikkeiden ympäristövaikutukset huomioidaan tulevaisuudessa yhä enemmän. Myös hävikin pienentäminen on jatkossa entistä tärkeämpää. Vastauksissa huomautettiin, että hankintayksiköiden valintamahdollisuudet riippuvat paljon siitä, millaisia elintarvikkeita tukkuliikkeet niille tarjoavat.

Toinen trendiryhmä liittyy toimintaympäristön muutoksiin. Kuntien ja niiden palveluiden rakenteiden muutokset vaikuttavat myös julkisektöiden toimintaan. Hankintayksiköissä tehtävät organisaatiomuutokset, tarjouskäytäntöjen kehittäminen ja esimerkiksi yhteisten ruokalistojen käyttöönotto nimettiin myös merkittäviksi muutoksiksi. Vastauksissa korostettiin poliittisten päätösten ja niiden taustalla olevien arvojen merkitystä. Vastauksissa ennakoitiin lainsäädännön muutoksia, niin hankinta- kuin elintarvikelainsäädännössä. Edelleen vastauksissa tuotiin esiin ravitsemussuosittelujen mukanaan tuomat muutokset. Vastauksissa todettiin toimintaympäristön polarisoituvan: yhtäältä hankintayksiköt toimivat globaaleilla markkinoilla, toisaalta paikallinen toiminta korostuu.

Useimmat vastaajat kertoivat tekevänsä nykyisin yhteistyötä ruokapalveluvastaavien ja elintarvikeyritysten kanssa erillisissä suunnittelukokouksissa. Monet järjestävät myös yhteisiä suunnittelukokouksia sekä keskustelevat tukkuliikkeiden kanssa. Vastaajat mainitsivat monia



Pienten yritysten tuotteita. (Kuva: Leena Viitaharju)

mutakin yhteistyömuotoja, kuten erilaiset hankkeet, koulutustilaisuudet ja muut kokoontumiset eri toimijoiden kanssa.

Kyselyssä selvitettiin vastaajien näkemyksiä siitä, millä keinoilla lähiruoan käyttöä julkisektörillä voitaisiin parhaiten edistää. Useimpia mainintoja vastauksissa saivat:

- elintarvikkeiden saatavuuden ja riittävyyden varmistaminen
- sujuvan logistiikan toteuttaminen
- jalostusasteen nostaminen ja tuotekehityksen jatkaminen ja
- toimijoiden verkostoituminen.

Vastauksissa nostettiin usein esiin myös:

- kilpailukykyinen hinnoittelu
- elintarvikkeiden ostajien ja tarjoajien välinen avoin yhteistyö

- elintarvikeyritysten aktiivisuus markkinoinnissa
- hankintalain muuttaminen tarvittavilta osin
- poliittisen päätöksenteon merkitys, päätösten taustalla olevat arvot ja toimijoiden tahtotila ja
- hankintayksiköiden käytettävissä olevien varojen lisääminen.

Muutamia mainintoja vastauksissa saivat:

- elintarvikkeiden pakkauskoot
- elintarvikkeiden tuoreus, terveellisyys, korkea ja tasainen laatu
- tiedottaminen ja kouluttaminen
- elintarvikeyritysten erikoistuminen
- elintarvikeyritysten määrän lisääminen ja
- sähköiset asiointijärjestelmät.

## 4.3 MAATALOUDEN JA ELINTARVIKE- TEOLLISUUDEN ALUETALOUDEL- LISET VAIKUTUKSET KOKO MAASSA

### 4.3.1 NYKYTILANTEEN VAIKUTUKSET KOKO SUOMESSA

Maatalous ja elintarviketeollisuus ovat merkittäviä toimialoja maakuntatasolla, mutta myös koko maan tasolla. Maatalouden vaikutus koko Suomen bruttokansantuotteeseen on nykytilanteessa noin 2,8 prosenttiyksikköä eli yli 5,2 miljardia euroa. Maatalous työllistää noin 4,1 prosenttiyksikköä maamme työllisistä eli noin 100 000 henkilötyövuotta, kun kerroinvaikutuksetkin otetaan huomioon. Elintarviketeollisuuden vaikutus maan BKT:hen on noin 7,1 prosenttiyksikköä eli noin 13,2 miljardia euroa. Elintarvikkeiden ja juomien valmistuksen vaikutus työllisyyteen on maataloutta hieman pienempi, noin 3,8 prosenttiyksikköä eli reilut 95 000 henkilötyövuotta kerroinvaikutukset huomioon otettuna. Taulukossa 61 on esitetty maatalouden ja elintarviketalouden vaikutukset koko Suomessa yhteensä.

Elintarviketeollisuuden alatoimialoista suurimmat vaikutukset Suomen talouteen on juomien valmistuksella, maitotuotteiden valmistuksella, muiden elintarvikkeiden valmistuksella sekä lihanjalostuksella, joiden kaikkien vaikutus maan talouteen yltää yli 2 miljardin euron. Alatoimialois-

ta suurin työllistäjä on maitotuotteiden valmistus työllistään kerroinvaikutuksineen yli 21 000 henkilötyövuotta. Toiseksi suurin työllistäjä on lihanjalostus, joka työllistää yli 18 000 henkilötyövuotta. Elintarviketeollisuuden vaikutukset kaikissa Suomen maakunnissa on esitetty kartalla kuviossa 119.

Koko Suomen tasolla maatalouden työllisyyskerroin on 1,1, mikä tarkoittaa sitä, että yksi maatalouden työntekijä työllistää kerroinvaikutusten kautta 0,1 muuta. Vastaavasti elintarviketeollisuudessa koko Suomen tasoinen työllisyyskerroin on 2,5. Tämä tarkoittaa sitä, että yksi elintarviketeollisuuden työntekijä työllistää kerroinvaikutusten kautta 1,5 muuta henkilöä. Näistä 1,0 kohdistuu muuhun elintarvikeketjuun ja 0,5 aluetalouden muihin toimialoihin.

### 4.3.2 TULEVAISUUDEN VAIKUTUKSET KOKO SUOMESSA

Tulevaisuuden vaikutuslaskelmat perustuvat julkisten keittiöiden tässä tutkimuksessa ilmoittamiin muutoksiin oman maakunnan raaka-aineiden ostoissa verrattuna nykyhetken tilanteeseen. Jos esimerkiksi maakunnan hankintarenkaat ja -yksiköt ilmoittivat ostavansa nykyään 15 prosenttia elintarvikkeista omasta maakunnasta ja vuonna 2020 ne arvioivat oman maakunnan elintarvikeostojen osuuden olevan 20 prosenttia, vaikuttavuuslaskelmilla selvitettiin miten paljon tuolisäys vaikuttaisi maakunnan talouteen ja työllisyyteen. Kuviossa 120 esitetään kartan avulla

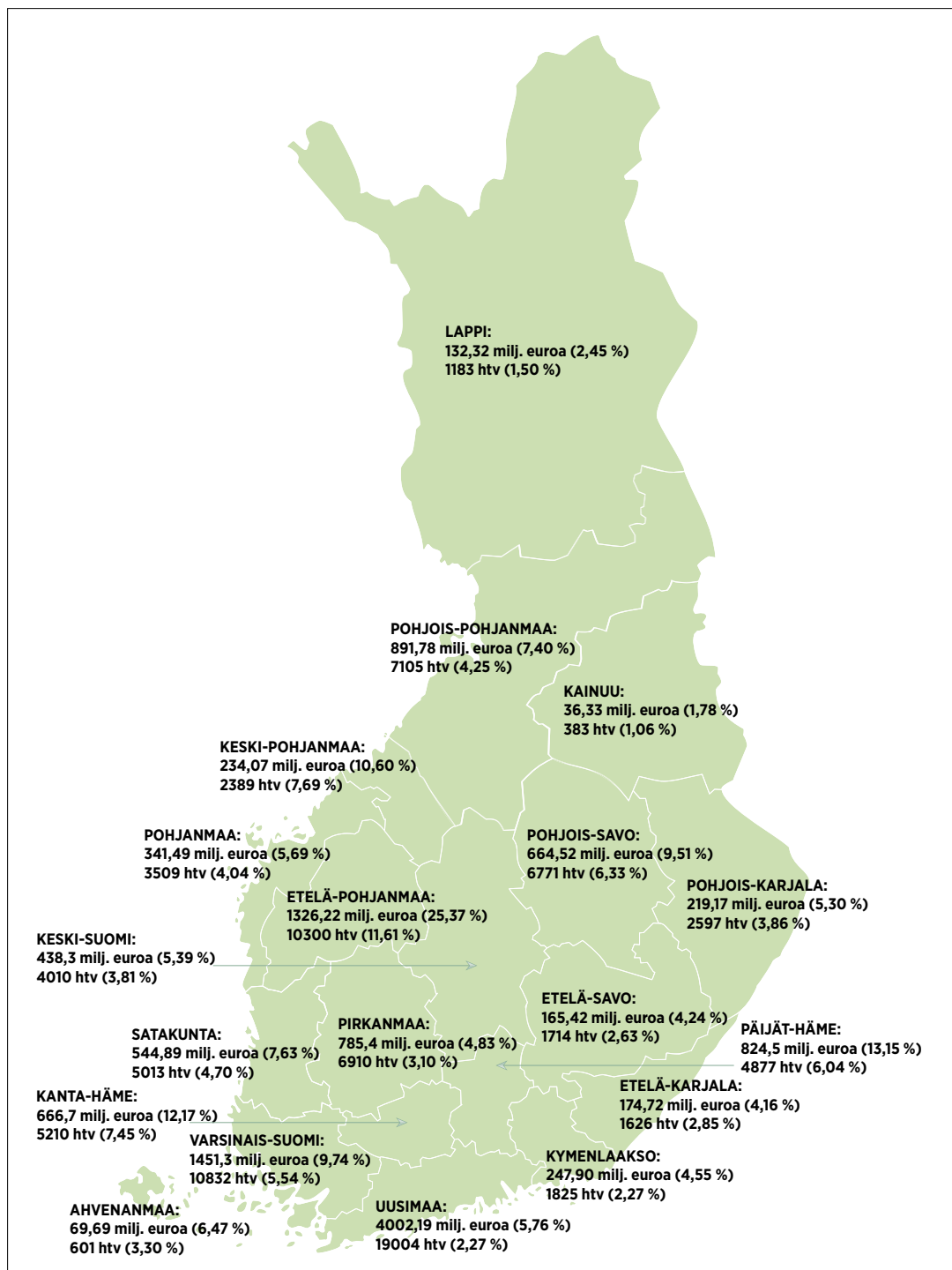
**Taulukko 61.** Maatalouden ja elintarviketeollisuuden vaikutukset koko Suomessa yhteensä.

Toimiala	BKT (%-yksikköä)	BKT (milj. euroa)	Työllisyys (%-yksikköä)	Työllisyys (htv)
<b>MAATALOUS</b>	<b>2,82</b>	<b>5 243</b>	<b>4,12</b>	<b>105 016</b>
Lihanjalostus ja teurastus	1,10	2 049	0,72	18 349
Kalanjalostus	0,09	166	0,06	1 417
Hedelmien, marjojen ja vihannesten jalostus	0,21	392	0,14	3 475
Rasvojen ja öljyjen valmistus	0,10	191	0,04	1 132
Maitotuotteiden valmistus	1,35	2 501	0,83	21 148
Myllytuotteiden valmistus	0,24	448	0,09	2 318
Leipomotuotteiden valmistus	0,97	1 800	0,57	14 540
Muu elintarvikkeiden valmistus	1,31	2 439	0,55	14 000
Eläinten ruokien valmistus	0,35	649	0,19	4 801
Juomien valmistus	1,39	2 580	0,58	14 680
<b>ELINTARVIKETEOLLISUUS YHTEENSÄ</b>	<b>7,12</b>	<b>13 217</b>	<b>3,76</b>	<b>95 860</b>



maakuntien vuoden 2020 arvioiden vaikutukset kunkin maakunnan bruttokansantuotteeseen ja henkilötötyövuosiin. Vaikutus voi olla joko positiiv-

inen tai negatiivinen, riippuen annetusta tulevaisuuden arviosta. Kartassa ilmoitetaan talous- ja työllisyysvaikutusten lisäksi myös paikallisten

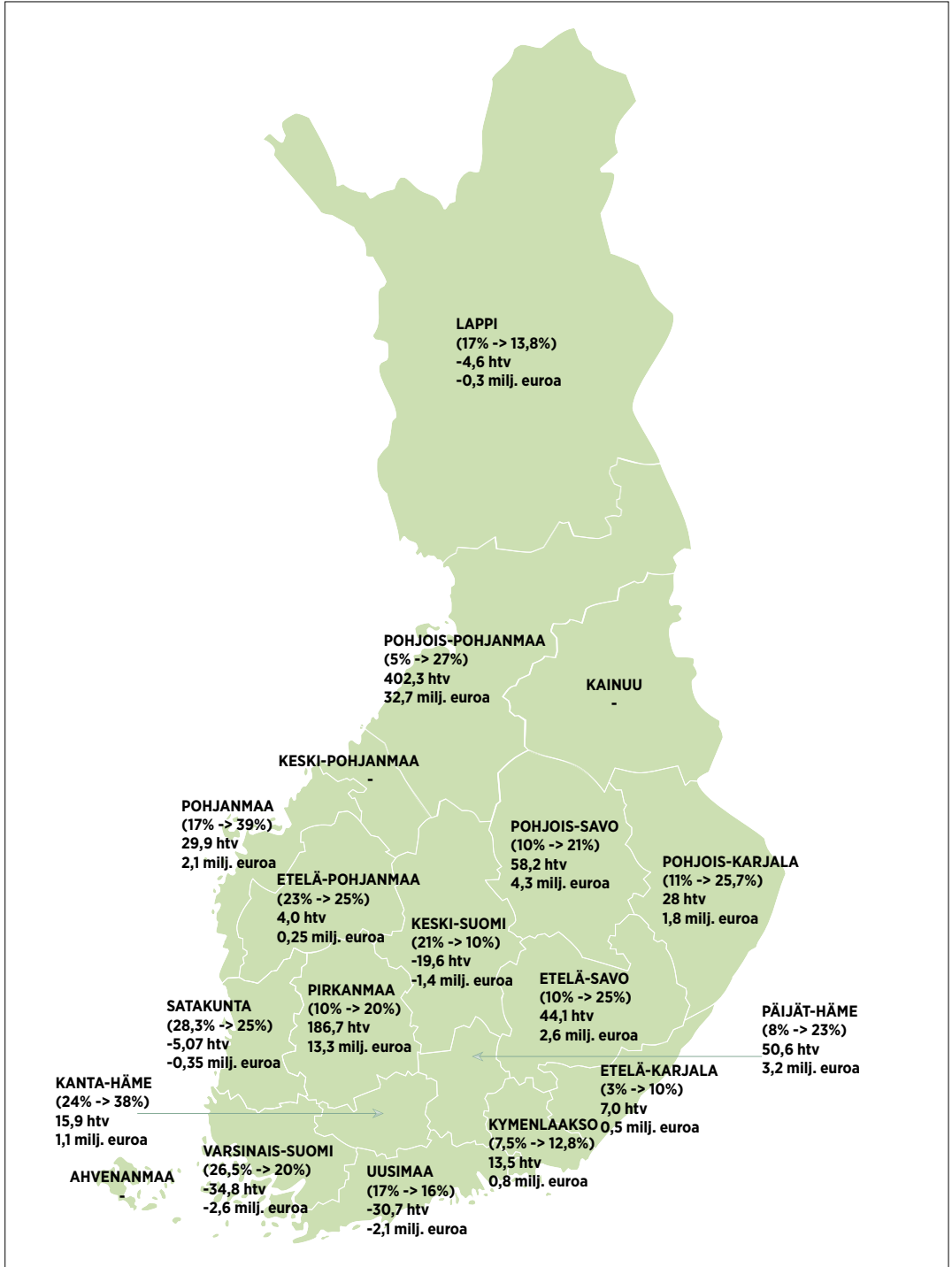


Kuvio 119. Elintarviketeollisuuden vaikutukset Suomen maakunnissa.



elintarvikeostojen prosentit sekä nykytilanteessa että arvio vuodelle 2020. Tulevaisuuden vaikutuksia ei voitu laskea Ahvenanmaan, Kainuun eikä

Keski-Pohjanmaan maakunnille, koska laskelmiin tarvittavia tietoja ei saatu kyseisten maakuntien hankintarenkailta tai -yksiköiltä.



**Kuvio 120.** Hankintarenkaiden paikallisten ostojen muutos vuosien 2013 ja 2020 välillä ja sen vaikutus maakuntien työllisyyteen ja talouteen.

## 5 YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Tässä tutkimuksessa oli tarkoituksena selvittää paikallisten raaka-aineiden ja elintarvikkeiden käyttö sekä suomalaisissa jalostavissa elintarvikealan yrityksissä että julkisissa hankintarenkaissa ja -yksiköissä. Lisäksi tarkoituksena oli tuottaa arvio lähiruoan käytön vaikutuksista maakuntien taloudelle ja työllisyydelle niin nykyhetkellä kuin tulevaisuudessa. Tutkimusta varten kerättiin aineistoa kahden e-lomakekyselyn avulla, joista toinen kohdistettiin jalostaville elintarvikealan yrityksille ja toinen julkisille hankintarenkaille ja -yksiköille. Tutkimusaineisto koostuu yhteensä 778 yritysvastauksesta<sup>130</sup> ja 69 hankintarengasvastauksesta<sup>131</sup>.

Tulosten perusteella voidaan todeta, että suomalaiset elintarvikealan yritykset käyttävät tuotannossaan kohtuullisesti lähellä tuotettuja raaka-aineita, keskimäärin 23 prosenttia kaikista alkutuotannon raaka-aineista. Muualta Suomesta ostetaan noin puolet ja ulkomailta noin neljännes raaka-aineista. Osuudet kuitenkin vaihtelevat suuresti eri maakuntien välillä. Suurimmillaan oman maakunnan osuus on Kainuussa ja Ahvenanmaalla, joissa jopa noin 65 prosenttia raaka-aineista tulee omasta maakunnasta. Pienimmät oman maakunnan osuudet ovat taas Uudellamaalla ja Kymenlaaksossa, joissa osuus jää alle kymmeneen prosenttiin. Vähiten ulkomaisia raaka-aineita käyttävät Etelä-Pohjanmaan, Kainuun, Keski-Suomen, Lapin ja Pohjois-Karjalan yritykset, joissa osuus on vain noin viisi prosenttia.

Tutkimukseen vastanneiden yritysten mukaan lähiruoan suosion kasvaminen oli merkittävin tulevaisuuden muutostrendi, joka tulee vaikuttamaan lähiruoan arvostukseen tulevaisuudessa. Toinen vastauksissa toistunut teema keskittyi elintarvikkeiden laatuun: vastaajien mukaan asiakkaat suosivat yhä enemmän terveellisiä, puhtaita, lisäaineettomia, korkealaatuisia, tuoreita ja turvallisia tuotteita, joiden valmistuksessa on vältetty tarpeetonta prosessointia ja jotka sisältävät aitoja raaka-aineita ja makuja. Kuluttajien uskottiin olevan tulevaisuudessa myös aiempaa kiinnostu-

neempia tuotteiden alkuperästä, vaativan tuotteiden jäljitettävyyttä, tuotannon läpinäkyvyyttä ja selkeitä pakkausmerkintöjä sekä arvostavan kestävästi tuotettuja elintarvikkeita ja luotettavia elintarvikeyrityksiä. Niin ikään vastaajat uskoivat kotimaisuuden arvostuksen kuten myös luomutuotteiden suosion vahvistuvan.

Suomalaiset hankintarenkaat ja -yksiköt ostavat elintarvikkeista julkisten ammattikeittiöiden käyttöön keskimäärin noin 15 prosenttia omasta maakunnasta. Noin 65 prosenttia ostoista tehdään muualta Suomesta ja noin viidenneksen ulkomailta. Vaikka oman maakunnan osuus ei olekaan kovin korkea, on kotimaisuusaste kuitenkin hyvä. Omasta maakunnasta ostettujen tuotteiden osuus vaihteli melko suuresti eri maakuntien välillä, pienimmillään osuus oli vain noin viiden prosentin luokkaa ja suurimmillaan noin 25 prosenttia. Yleisimmin hankintarenkaat ostivat omasta maakunnasta leipää ja muita leipomotuotteita, kasviksia, marjoja sekä maito- ja lihatuotteita. Tulevaisuudessa vastaajat uskoivat oman maakunnan ostojen kasvavan hieman, vuonna 2020 lähioستojen osuuden uskottiin nousevan noin 20 prosenttiin. Toisaalta kuitenkin myös ulkomaisten tuotteiden osuuden uskottiin kasvavan noin 25 prosenttiin, eli julkisten elintarvikehankintojen kotimaisuusaste laskisi.

Lähiruokatrendin vahvistuminen nähtiin useimmin merkittävimmäksi tulevaisuuden muutostrendiksi, joka vaikuttaa hankintarenkaiden ja -yksiköiden elintarvikehankintoihin vuoteen 2020 mennessä. Taloudelliset näkökulmat, kuten kustannusten kehittyminen ja käytettävissä olevan budjetin kiristymisen esimerkiksi kuntatalouden tiukkenemisen myötä, nousivat niin ikään merkittävimpien muutostrendien joukkoon. Kotimaisten elintarvikkeiden ja luomuruoan arvostuksen nähtiin myös voimistuvan tulevina vuosina. Myös ruoan terveysvaikutukset, puhtaus, turvallisuus ja jäljitettävyyttä sekä erilaiset ruokatrendit nähtiin jatkossa yhä tärkeämpinä. Ruoan laadun arvioitiin tulevaisuuden hankintapäätöksissä olevan hintaakin tärkeämpi valintakriteeri. Vastausten perusteella julkiselta sektorilta löytyy kyllä tahtoa paikallisten elintarvikkeiden hankintaan, mutta on vielä toinen kysymys, miten se toteutetaan.

<sup>130</sup>Tämän käsillä olevan hankkeen aikana vuonna 2013 kerättiin yhteensä 584 yrityshaastattelua 15 maakunnasta, joihin yhdistettiin vuonna 2012 tehdyt 194 haastattelua neljästä maakunnasta.

<sup>131</sup>Tämän hankkeen aikana saatiin vastaus 65 hankintarenkaalta ja aikaisemmista tutkimuksista käytettiin neljää vastausta.

Lähiruoan systemaattinen hankinta ja käyttö julkisella sektorilla on ensisijaisesti arvovalinta ja vaatii poliittista tahtotilaa sekä useiden tahojen välistä yhteistyötä. Yleensä julkisiin elintarvikehankintoihin varattuja määrärahoja ei ole mahdollista korottaa, joten ratkaisuja lähiruoan lisäämiseksi on löydettävä jostain muualta. Hyviksi osoittautuneita keinoja ovat mm. ruokalistojen ja reseptien tarkempi suunnittelu tai huomion kiinnittäminen hävikkiin. Suomen eduskuntaan perustettiin vuonna 2012 lähiruokaryhmä, joka on laatinut valmiin valtuustoaloitepohjan kuntien käyttöön. Valtuustoaloitteen tarkoituksena on saada oman kunnan ruokapalveluissa lautasille enemmän lähiruokaa. Perusta lähiruoan käytön edistämiseksi tulisi luoda kunnissa jo strategiatasolla. Jos kunnassa halutaan sitoutua lähiruoan käyttämiseen ja sen käytön lisäämiseen, on se konkretisoitava kirjoittamalla asia esimerkiksi hankintastrategiaan, joka velvoittaa hankinnoista vastaavia tekemään elintarvikeostot enenevässä määrin paikallisesti.

Julkinen hankinta ei tarkoita vain tarjouspyynnön tekemistä, vaan se tulisi nähdä paljon laa-

jempänä kokonaisuutena. Ennen tarjouspyynnön laatimista on suunnitteluvaihe, jolloin hankinnat valmistellaan. Varsinaisen hankintamenettelyn jälkeen on sopimuskausi, jolloin toimintaa seurataan ja tarvittaessa kehitetään kohti seuraavaa hankintakautta. Erittäin tärkeätä suunnitteluvaiheessa on ennakoiva vuoropuhelu eri tahojen kesken. Jo hankintojen valmisteluvaiheessa tuottajat, ammattikeittiöiden edustajat, hankinnoista vastaavat ja kuntapäätäjät tulisi saada yhdessä pohtimaan mitä kunnassa oikeasti halutaan ostaa ja miten se tulisi tarjouspyyntöön määritellä laadullisilla kriteereillä.

Taulukkoon 62 on kerätty asioita, jotka nousivat esille tutkimuksen teon aikana lähinnä lomakekyselyjen aineistosta, mutta myös hankkeen aikana erilaisissa lähiruokatapahtumissa ja –seminaareissa käydyissä keskusteluissa ja pidetyissä puheenvuoroissa. Esille nousseista asioista on vedetty johtopäätöksiä, ja niiden perusteella annetaan myös toimenpidesuosituksia. Suositusten tarkoituksena on edistää lähiruoan käyttöä julkisissa ammattikeittiöissä.

**Taulukko 62.** Tutkimuksessa esiin nousseita asioita sekä niistä tehtyjä johtopäätöksiä ja suosituksia.

Fakta	Johtopäätös	Suositus
Kulutustrendit suosivat jäljitettävyyttä.	Paikallisen ruoan valmistaja tiedetään, ja raaka-aineen matka pelloilta pöytään on yleensä helposti selvitettävissä.	Pyritään kasvattamaan paikallisen ruoan osuutta julkisen sektorin kokonaishankinnoista.
Tehty selvitys laskelmineen osoittaa, että kotimaisella ruokatuotannolla on merkittävää aluetaloudellista vaikutusta Suomen maakuntien talouteen ja työllisyyteen.	Paikallista ruoantuotantoa kannattaa ylläpitää ja kehittää, koska se oleellisesti lisää maakuntien taloudellista kasvua ja työllisyyttä.	Suomalaisen ruokaketjun toimivuutta tulee kehittää, mm. osapuolten välistä tiedon välitystä ja yhteistointintaa lisäämällä. Lähiruoan kasvavaan kysyntään tulisi myös julkisten keittiöiden pystyä vastaamaan omalla tarjonnallaan.
Suomalaiset elintarvikealan yritykset ostavat keskimäärin hieman yli 20 prosenttia tuotantonsa raaka-aineista omasta maakunnasta.	Monissa maakunnissa oman maakunnan raaka-aineiden osuuden kasvuun lähitulevaisuudessa uskottiin ja se nähtiin myös tärkeänä kehityssuuntana. Paikallisten raaka-aineiden käyttö voi olla yrityksille myös kilpailutekijä.	Alkutuotannon kehitystä tulee edistää paikallisen elintarviketeollisuuden raaka-aineiden käytön suhteen. Tämä voi lisätä maakunnan omavaraisuutta ja vähentää varsinkin ulkomailta ostettujen raaka-aineiden osuutta. Alkutuotannon ja jalostavan yritystoiminnan läheisempi yhteistyö auttaisi tässä asiassa.
Hankintalaki säätelee myös elintarvikkeiden hankintoja julkiselle sektorille.	Hankintalain paikallinen soveltaminen koetaan kunnissa usein hankalaksi, vaikka halu lähiruoan hankintaan olisikin.	Hankintaosaamista tulisi kunnissa kehittää. Laadullisia hankintakriteereitä käyttämällä voidaan hankinnat tehdä jo nyt kokonaistaloudellisesti myös läheltä eikä pelkkään halpaan hintaan perustuen.

**208 TYÖTÄ JA HYVINVOINTIA! LÄHIRUOAN KÄYTÖN ALUETALOUDELLISET VAIKUTUKSET SUOMEN MAAKUNNISSA**

LEENA VIITAHARJU, SUSANNA MÄÄTTÄ, OUTI HAKALA JA HANNU TÖRMÄ

Julkiset hankintarenkaat ja -yksiköt ostavat keskimäärin noin 15 prosenttia elintarvikehankinnoista omasta maakunnasta.	Oman maakunnan tuotteiden osuus on vielä melko alhainen osaltaan siksi, että paikalliset yritykset vastaavat melko vähän julkisiin tarjouspyyntöihin. Syyt tähän ovat moninaiset. Toisaalta monen yrityksen kapasiteetti saattaa olla riittämätön julkisiin hankintoihin, toisaalta osaaminen tarjousten tekemisessä on puutteellista.	Elintarvikealan yritysten osaamista julkisen sektorin hankintakäytänteistä tulisi parantaa. Julkinen sektori tulisi nähdä yhtenä mahdollisena markkinasegmenttinä. Kunnissa tulisi tehdä strategisia hankintapäätöksiä paikallisesti keskeyttävällä tavalla. Hankinta tulisi nähdä laajempänä kokonaisuutena, jossa valmisteluvaiheella ja seurannalla on omat tärkeät roolinsa.
Julkinen sektori haluaa ostaa jatkojalostettuja tuotteita.	Elintarvikeyritysten tuotevalikoimien tulee vastata julkisen sektorin kysyntään.	Tuotteiden tulisi vastata julkisen sektorin tarpeita niin tuotteiden, pakkauskokojen kuin jalostusasteenkin osalta. Yritysten tulisi panostaa tuotekehitykseensä. Myös julkisia varoja tulisi kohdentaa lisää yritysten tuotekehitykseen. Julkisten hankintojen osalta ennakkoiva vuoropuhelu eri toimijoiden kesken on tärkeää, että tarpeet parhaiten kohtaisivat.
Pienet ja keski-suuret elintarvikealan jalostavat yritykset tuntevat melko hyvin julkisen sektorin hankintamenetelmät.	Elintarvikealan yritysten keskuudessa on lisättävä tietoa julkisen sektorin tarjoamista mahdollisuuksista. Yrittäjät tarvitsevat tiedotusta ja koulutusta julkisista hankintamenetelmistä, mm. HILMA-järjestelmästä ja tarjousten tekemisestä.	Julkinen hankintatoimien ja elintarvikealan yritysten välille on luotava uusia yhteistyöfoorumia maakunta- ja/tai kuntatasolla. Lisääntyvän tiedonvaihdon kautta myös paikallisten elintarvikkeiden hankintojen osuus voi lähteä julkisella sektorilla nousuun.
Monet hankintarenkaat ja -yksiköt ostavat isoja määriä kerralla.	Paikallisten elintarvikeyritysten kapasiteetti ei riitä julkisen sektorin toimittajaksi.	Yritysten välinen tiiviimpi yhteistyö voisi olla yksi ratkaisu. Esimerkiksi tuottajarenkaat tai yritysryppäät voisivat tehdä yhteistarjouksia julkiselle sektorille.
Julkisissa hankinnoissa painottuu tällä hetkellä etupäässä hankittavan tuotteen hinta. Hankintavastaavat arvioivat, että heillä ei ole varaa hankkia elintarvikkeita paikallisesti, koska määrärahat ovat niin tiukat.	Kuntatalous on koko Suomessa kireä ja säästöjä pyritään tekemään kaikessa mahdollisessa. Hankinnoissa uskotaan, että ulkomailta pystytään ostamaan tuotteet halvemmalla ja osaltaan tämän takia tarjouspyynnöissä korostuu hinnan merkitys. Tarjouspyynnöissä ei myöskään käytetä tarpeeksi laadullisia kriteereitä hinnan lisäksi.	Jos kunnissa halutaan suosia paikallisia elintarvikkeita, on tämä tahtotila tuotava näkyväksi. Yksi mahdollisuus on kirjata tämä asia jo strategiatasolla, että hankinnoista vastaavat ovat oikeutettuja suosimaan lähiruokaa. Laadullisia hankintakriteereitä käytämällä voidaan hankinnat tehdä jo nyt mahdollisimman läheltä. Esimerkiksi EkoCentrian kotisivuilta löytyy hyviä vinkejä tarjouspyyntöjen laatijoille.
Hankintarenkaat ja -yksiköt eivät juurikaan tunne paikallisia toimittajia.	Julkinen hankintatoimi tekee tarjouspyynnöt usein ilman vuoropuhelua sidosryhmien kanssa.	Yhteistyötä tulisi lisätä ruokaketjun toimijoiden ja julkisen sektorin välillä. Esimerkiksi Aitoja makuja -sivustolta löytyy maakunnittain paljon yritystietoja. Lisäksi yrityksiä tulisi kannustaa tekemään tarjouksia myös julkiselle sektorille. Lähiruokafoorumien perustaminen edistää sidosryhmien välistä vuoropuhelua ja voi toimia väylänä myös esimerkiksi tuotekehitysideoille.

<p>Nykytilanteessa maatalouden ja elintarviketeollisuuden vaikutukset Suomen talouteen ja työllisyyteen: -maatalous 5 243 milj. € / 105 016 htv -elintarviketeollisuus 13 217 milj. € / 95 860 htv</p>	<p>Maatalous ja elintarviketeollisuus ovat merkittäviä toimialoja maakunnatasolla, mutta myös koko maan tasolla.</p>	<p>Ruokaketjun kaikkien toimijoiden toimintaedellytykset tulee taata, että kotimainen elintarviketuotanto voi edelleen kehittyä kaikilla osa-alueilla.</p>
<p>Tulevaisuudessa maakuntien julkisten hankintatoimien arvioima paikallisten tuotteiden hankintojen arvo vaihteli 1,0 miljoonan euron vähennyksestä aina 3,4 miljoonan euron lisäykseen nykyhetkeen verrattuna.</p>	<p>Myönteiset tulevaisuudenodotukset johtavat toteutuessaan merkittävään talouden ja työllisyyden kasvuun maakunnissa. Negatiiviset tulevaisuudenodotukset taas voivat johtaa toteutuessaan suuriinkin aluetaloudellisiin muutoksiin.</p>	<p>Kuntapäättäjien tulisi ymmärtää lähiruoan käytöstä aiheutuvat positiiviset kerroinvaikutukset paikallistaloudelle ja tehdä strateginen päätös lähiruoan käytön lisäämisestä julkisessa ruokailussa.</p>

Miksi lähiruokaa tulisi siis suosia myös julkisella sektorilla ja miten se tapahtuu? Perustelut käytön lisäämiselle voivat olla hyvin monenlaisia. Nykykuluttajat haluavat tietää syömänsä ruoan alkuperän ja tämä tulee korostumaan yhä enemmän myös julkisella sektorilla. Asiakaslähtöisyys korostuu siis tulevaisuudessa myös julkisessa ruokailussa. Tämä kehitys vaatii myös kuntapäättäjien kiinnostusta ja sitoutumista asiaan. Monipuolisen lähielintarviketuotannon säilyminen ja uusien tuotantovaihtoehtojen syntyminen alueella elävöittää elinkeinoelämää laajemmaltikin ja lisää yleistä hyvinvointia. Lähiruoan suosiminen voi olla kunnalle myös imagotekijä. Panostaminen

lähiruokaan tulisi nähdä positiivisena imagoviesintänä, jota on mahdollista hyödyntää myös kunnan matkailumarkkinoinnissa. Ja viimeisimpänä, mutta ei missään nimessä vähäisimpänä, lähiruokaa suosimalla panostetaan samalla myös alueen talouteen ja työllisyyteen. Kannattava ja kestävä kotimainen raaka-ainetuotanto ja elintarvikejalostus ovat kaikkien suomalaisten etu. Monipuolisen lähituotannon säilyminen Suomen maakunnissa säilyttää paikallista ruokaperinnettä myös tuleville sukupolville. Huomioidaan kestävä kehitys siis koko ketjussa pellolta pöytään. Lähiruoka tuo työtä ja hyvinvointia, nyt ja tulevaisuudessa.

## LÄHTEET

- Aitojamakuja.fi (2013a). Pirkanmaa ruokamaakuntana.
- Aitojamakuja.fi (2013b). Pohjoiskarjalalainen ruoka on elämys.
- Alueelliset kehitysnäkymät syksyllä 2013 (2013). Työ- ja elinkeinoministeriö, ELY-keskukset. TEM:n ja ELY-keskusten julkaisu 2/2013.
- Evira (2013). Luonnonmukaisen tuotannon tilastot ja tietohaut. <http://www.evira.fi/portal/fi/tietoa+evirasta/asiakokonaisuudet/luomu/tilastot+ja+tietohaut/>.
- Etelä-Karjala tilastoina (2014). Etelä-Karjalan liitto. 1/2014. <http://www.ekliitto.fi/wp-content/uploads/2013/10/Etela-Karjala-tilastoina-012014.pdf>.
- Etelä-Pohjanmaan maaseudun kehittämisstrategia 2014 – 2020 (2012). Etelä-Pohjanmaan ELY-keskus. <http://www.ely-keskus.fi/documents/10191/56035/Epo+Maaseudun+kehitt%C3%A4misstrategia+2014-2020/9563a2c3-742c-467a-b410-11f8eb65569a>.
- Etelä-Saimaa (2009). Etelä-Karjala on luomuviljelyn kehityskaava.
- Etelä-Savo ennakoi (2012). Tilasto- ja ennakointitietoa Etelä-Savosta. Etelä-Savon ELY-keskus ja Etelä-Savon maakuntaliitto. <http://www.esavoennakoi.fi/>.
- Etelä-Savon ELY-keskus (2012). Etelä-Savon elintarvikeala pienimuotoista mutta monipuolista. Tiedote. <http://www.ely-keskus.fi/fi/tiedotepalvelu/2012/Sivut/Etela-Savonelin-tarvikealapienimuotoistamuttamonipuolista.aspx>.
- Etelä-Savon TE-keskus (2006). Etelä-Savon maaseudun kehittämisohjelma vuosille 2007–2013. <http://www2.te-keskus.fi/new/esa/Palvelut/Maaseutupalvelut/ohjelmaversio.pdf>.
- Helkimo, Johanna (2013). Asiantuntija/ Pohjois-Pohjanmaan ELY-keskus. Artikkelissa: Luomutilojen määrä tasaisessa kasvussa.
- Ilmatieteen laitos (2013). Ilmasto-opas.fi. Suomen nykyilmasto. <http://ilmasto-opas.fi/fi/ilmastonmuutos/suomen-muuttuva-ilmasto/-/artikkeli/361889af-ad6f-4853-bc56-5fd1d415343d/keski-pohjanmaa-rannikolta-suomenselalle.html>.
- Jokinen, Pekka, Järvelä, Marja ja Puupponen, Antti (2009). Local food systems and rural sustainability initiatives by small scale rural entrepreneurs in Finland. *Maaseudun Uusi Aika* 2:2009.
- Kaakkois-Suomen ELY-keskus (2013). Kaakkois-Suomen Maaseutustrategia 2014–2020.
- Kaakkois-Suomen Ympäristökeskus (2007). Maatalouden rakenne Kymenlaaksossa ja Etelä-Karjalassa.
- Kallinen, Anne (2012). Maatilojen kehitysnäkymät vuoteen 2020 Satakunnassa. Suomen Gallup Elintarviketieto Oy.
- Kasvua Hämeessä (2007). Hämeen maa- ja elintarviketalouden teemaohjelma vuosille 2007–2013. [http://www.kasvuahameessa.fi/images/stories/pdf/kasvua\\_hameesta\\_1.pdf](http://www.kasvuahameessa.fi/images/stories/pdf/kasvua_hameesta_1.pdf).
- Kaustisen seutukunta (2013a). Keski-Pohjanmaan tilastoja. Elinkeinoelämä. Elinkeinorakenne 2010. Työlliset toimialoittain. <http://www.kase.fi/tilastot/tilastot-julkinen.php>.
- Kaustisen seutukunta (2013b). Keski-Pohjanmaan tilastoja. Maatalousyritysten määrä. <http://www.kase.fi/tilastot/tilastot-julkinen.php>.
- Kaustisen seutukunta (2013c). Keski-Pohjanmaan tilastoja. Väestö. Asukasluku vuosittain. <http://www.kase.fi/tilastot/tilastot-julkinen.php>.
- Koko Kainuu verkossa (2013). Tietoja väestöstä. [www.kainuu.fi](http://www.kainuu.fi).
- Kurunmäki, Seija, Ikäheimo, Irma, Syväniemi, Anni-Mari ja Rönkä, Päivi (2012). Lähiruokaselvitys. Ehdotus lähiruokaohjelman pohjaksi 2012 – 2015. Maa- ja metsätalousministeriö.
- Lapin ELY-keskus (2012). Alueellista ympäristötietoa. Lappi.
- Lapin Liitto (2012). Lappi lukuina 2012–2013.
- Lappi lukuina (2013). Lapin luotsi. Lapin liitto.
- Lähi-opas (2013). Lisää lähiruokaa julkisten keittiöiden asiakkaille - perusteluja ja ohjeita hankintoihin. [http://www.ekocentria.fi/resources/public/lahiruokaopas\\_ebook.pdf](http://www.ekocentria.fi/resources/public/lahiruokaopas_ebook.pdf).
- Maakuntaesite Etelä-Karjala (2014). Elinkeinoelämä: Elinvoimainen maaseutu.
- Matilda (2013). Maa- ja metsätalousministeriön tietopalvelukeskuksen maataloustilastot. [www.maataloustilastot.fi/](http://www.maataloustilastot.fi/).

- Matilda Tilastolaari (2013). Maatalous- ja puutarhayritysten työvoimatiedot 2010. [www.maatilastilat.fi](http://www.maatilastilat.fi)
- MMM (2013). Lähiruokaa – totta kai! Hallituksen lähiruokaohjelma ja lähiruokasektorin kehittämisen tavoitteet vuoteen 2020. <http://www.mmm.fi/attachments/lahiruoka/6GeZ7N4oG/LahiruokaohjelmaFI.pdf>
- Mahdollisuuksien lähiruoka (2011). MTK. Esite.
- MTK-Pirkanmaa (2013). MTK-Pirkanmaan esitely. <http://www.mtk.fi/liitot/pirkanmaa/toiminta/>.
- MTK-Pohjois-Savo (2014). MTK-Pohjois-Savon esittely. [http://www.mtk.fi/liitot/pohjoissaavo/toiminta/fi\\_FI/esittely/](http://www.mtk.fi/liitot/pohjoissaavo/toiminta/fi_FI/esittely/)
- Mäkipeska, Tuomas ja Sihvonon, Mikko (2010). Lähiruoka, nyt! Trendistä markkinoille. Sitran selvityksiä 29. Helsinki.
- Määttä Susanna, Törmä Hannu, Virtanen Petri, Hyyryläinen Torsti ja Pylkkänen Päivi (2012). Kouvolan seudun elintarviketalouden vaikutukset alueeseen ja työllisyyteen. Helsingin yliopisto, Ruralia-instituutti. Raportteja 86. <http://www.helsinki.fi/ruralia/julkaisut/pdf/Raportteja86.pdf>
- Määttä Susanna ja Törmä Hannu (2012a). Keski-Suomen ruoantuotannon aluetaloudellisen vaikuttavuuden selvitys. Helsingin yliopisto, Ruralia-instituutti. Raportteja 93. <http://www.helsinki.fi/ruralia/julkaisut/pdf/Raportteja93.pdf>
- Määttä Susanna ja Törmä Hannu (2012b). Hämeen ruoantuotannon aluetaloudellisen vaikuttavuuden selvitys. Helsingin yliopisto, Ruralia-instituutti. Raportteja 90. <http://www.helsinki.fi/ruralia/julkaisut/pdf/Raportteja90.pdf>
- Määttä Susanna ja Törmä Hannu (2012c). Varsinais-Suomen ruoantuotannon aluetaloudellisen vaikuttavuuden selvitys. Helsingin yliopisto, Ruralia-instituutti. Raportteja 89. [http://www.helsinki.fi/ruralia/asiantuntijapalvelut/yp\\_fin/pdf/Raportteja89.pdf](http://www.helsinki.fi/ruralia/asiantuntijapalvelut/yp_fin/pdf/Raportteja89.pdf)
- Määttä Susanna, Väisänen Hanna-Maija ja Törmä Hannu (2013). Julkisten keittiöiden paikallisten elintarvikeostojen aluetaloudelliset vaikutukset – Tarkastelussa Etelä-Savon maakunta. Helsingin yliopisto, Ruralia-instituutti. Raportteja 101. <http://www.helsinki.fi/ruralia/julkaisut/pdf/Raportteja101.pdf>
- Niemi, Jyrki ja Jaana Ahlstedt (toim.) (2013). Suomen maatalous ja maaseutuelinkeinot 2013. MTT. Taloustutkimus. Julkaisuja 114.
- Pellolta pöytään –ketju. Mittaristo ja nykytila-analyysi. (2010). Invenire Market Intelligence Oy.
- Pohjanmaan liitto (2013). Pohjanmaa lukuina.
- Pohjois-Karjalan ELY-keskus (2013). Pohjois-Karjalan maatalousyrittäjyys lukuina vuonna 2012. Maataloustukien hakijamäärien ja maatalojen keskipinta-alan kehitys Pohjois-Karjalassa.
- Pohjois-Karjalan Maakuntaliitto (2007). Ruoasta Elämys – Pohjois-Karjalan elintarvikealan kehittämisohjelma 2007–2010.
- Pohjois-Savon liitto (2013). Pohjois-Savon maakuntasuunnitelma 2030 ja maakuntaohjelma 2014–2017.
- Pohjois-Savon liitto (2014). Maakuntaprofiili. [http://www.pohjois-savo.fi/fi/psl/liitetiedot/tilastot/2014/profiili\\_pohjois\\_savo\\_uusin.pdf](http://www.pohjois-savo.fi/fi/psl/liitetiedot/tilastot/2014/profiili_pohjois_savo_uusin.pdf).
- ProAtria Pirkanmaa (2013). Luomu. [http://www.pirmk.fi/sivu.tmpl?sivu\\_id=278](http://www.pirmk.fi/sivu.tmpl?sivu_id=278).
- ProLuomu (2012). Luomu lisääntynyt eniten Etelä-Pohjanmaalla. <http://proluomu.fi/luomu-lisaantynyt-eniten-etela-pohjanmaalla/>.
- ProLuomu (2013). Luomun ripeä kasvu laittaa valvonnan uusiksi. <http://proluomu.fi/luomun-ripea-kasvu-laittaa-valvonnan-uusiksi/>.
- Puhtaasti parasta! Pohjois-Savon elintarvikealan kehittämisohjelma 2003-2010. (2003). Pohjois-Savon liitto.
- Pyhäjärvi-instituutin julkaisusarja B:13 (2006). Satakunta – vahva elintarvikemaakunta. Satakunnan elintarvikealan kehittämisohjelma 2007–2013.
- Reku, Juhani (2012). Ahvenanmaan viljelijät aristelevat investointeja. *Maaseudun Tulevaisuus* 15.9.2012.
- Ruoka-Suomi (2013). Yritystilastot. <http://www.tkk.utu.fi/extkk/ruokasuomi/yritystilastot.php>
- Ruoka-Suomi teemaryhmä (2013). Esite. [http://www.tkk.utu.fi/extkk/ruokasuomi/rs\\_esite.pdf](http://www.tkk.utu.fi/extkk/ruokasuomi/rs_esite.pdf)
- Ruokatieto (2013a). Ahvenanmaa. <http://www.ruokatieto.fi/ruokakulttuuri/paikallista-kulttuuria/maakunnat/ahvenanmaa>.
- Ruokatieto (2013b). Etelä-Karjala. <http://www.ruokatieto.fi/ruokakulttuuri/paikallista-kulttuuria/maakunnat/etela-karjala>.
- Ruokatieto (2013c). Lappi. <http://www.ruokatieto.fi/ruokakulttuuri/paikallista-kulttuuria/maakunnat/lappi>.
- Sireni, Maarit (2007). Vaihtoehtoista ruoantuotantoa kehittämässä. Analyysi maakunnallisista elintarvikestrategioista. Joensuun yliopisto, Karjalan tutkimuslaitoksen raportteja N:o 6/2007. Joensuu.



- Sutinen, Kirsi (2011). Kymenlaaksolainen maaseutu. Maatalous Kymenlaaksossa. Sivustolla: Monimuotoinen Kymenlaakson maakunta. Finnica Kymenlaakso.
- Tilastokeskus (2013). <http://www.tilastokeskus.fi>.
- Toimiala Online (2013). Työ- ja elinkeinoministeriön Toimialapalvelu: [www.temtoimialapalvelu.fi](http://www.temtoimialapalvelu.fi).
- Uusimaa-ohjelma. Visio ja strategia 2040. Strategiset valinnat 2014 – 2017. (2013). Uudenmaan liito. Uudenmaan liiton julkaisuja A27 2013. [http://www.uudenmaanliitto.fi/files/12115/Uusimaa-ohjelma\\_A27-2013\\_valtuuston\\_hyvaisyma.pdf](http://www.uudenmaanliitto.fi/files/12115/Uusimaa-ohjelma_A27-2013_valtuuston_hyvaisyma.pdf).
- Uusimaa-tietopankki. (2013). Uudenmaan liito. <http://www.uudenmaanliitto.fi/tietopalvelut/uusimaa-tietopankki>.
- VARRU (2012). <http://varru.fi/ruokaketju/>.
- Wuori, Olli (2012). Lähiruoan pitkä tie julkisessa ruokahuollossa. Ruoka-Suomi 3/2012.
- Åland – Ahvenanmaa pähkinäkuoressa. (2012). Åland official travel guide. <http://www.visitaland.com/fi/tietoa>.

## KUVIOT

<b>Kuvio 1.</b>	Etelä-Karjalan elintarvikeyritysten raaka-aineostojen jakautuminen eri alueille .....	23
<b>Kuvio 2.</b>	Etelä-Karjalan elintarvikeyritysten myynnin jakautuminen eri alueille .....	23
<b>Kuvio 3.</b>	Etelä-Karjalan elintarvikeyritysten luomutuotannon osuus vuosina 2013 ja 2020 .....	24
<b>Kuvio 4.</b>	Etelä-Karjalan hankintarenkaiden ja -yksiköiden hankintojen jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille .....	28
<b>Kuvio 5.</b>	Etelä-Karjalan hankintarenkaiden ja -yksiköiden hankintojen jakautuminen eri alueille vuosina 2013 ja 2020 .....	28
<b>Kuvio 6.</b>	Etelä-Karjalan hankintarenkaiden ja -yksiköiden luomuhankintojen osuus vuosina 2013 ja 2020 .....	28
<b>Kuvio 7.</b>	Etelä-Pohjanmaan elintarvikeyritysten raaka-aineostojen jakautuminen eri alueille .....	33
<b>Kuvio 8.</b>	Etelä-Pohjanmaan elintarvikeyritysten myynnin jakautuminen eri alueille .....	33
<b>Kuvio 9.</b>	Etelä-Pohjanmaan elintarvikeyritysten luomutuotannon osuus vuosina 2013 ja 2020 .....	34
<b>Kuvio 10.</b>	Etelä-Pohjanmaan hankintarenkaiden ja -yksiköiden hankintojen jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille .....	37
<b>Kuvio 11.</b>	Etelä-Pohjanmaan hankintarenkaiden ja -yksiköiden hankintojen jakautuminen eri alueille vuosina 2013 ja 2020 .....	37
<b>Kuvio 12.</b>	Etelä-Pohjanmaan hankintarenkaiden ja -yksiköiden luomuhankintojen osuus vuosina 2013 ja 2020 .....	38
<b>Kuvio 13.</b>	Etelä-Savon elintarvikeyritysten raaka-aineostojen jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille .....	42
<b>Kuvio 14.</b>	Etelä-Savon elintarvikeyritysten myynnin jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille .....	42
<b>Kuvio 15.</b>	Etelä-Savon elintarvikeyritysten luomutuotannon osuus vuosina 2013 ja 2020 .....	42
<b>Kuvio 16.</b>	Etelä-Savon hankintarenkaiden ja -yksiköiden hankintojen jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille .....	46
<b>Kuvio 17.</b>	Etelä-Savon hankintarenkaiden ja -yksiköiden hankintojen jakautuminen eri alueille vuosina 2013 ja 2020 .....	47
<b>Kuvio 18.</b>	Etelä-Savon hankintarenkaiden ja -yksiköiden luomuhankintojen osuus vuosina 2013 ja 2020 .....	47
<b>Kuvio 19.</b>	Kainuun elintarvikeyritysten raaka-aineostojen jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille .....	50
<b>Kuvio 20.</b>	Kainuun elintarvikeyritysten myynnin jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille .....	50
<b>Kuvio 21.</b>	Kainuun elintarvikeyritysten luomutuotannon osuus vuosina 2013 ja 2020 .....	50
<b>Kuvio 22.</b>	Kainuun hankintarenkaiden ja -yksiköiden luomuhankintojen osuus vuosina 2013 ja 2020 .....	54
<b>Kuvio 23.</b>	Kanta-Hämeen elintarvikeyritysten raaka-aineostojen jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille .....	57
<b>Kuvio 24.</b>	Kanta-Hämeen elintarvikeyritysten myynnin jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille .....	57
<b>Kuvio 25.</b>	Kanta-Hämeen elintarvikeyritysten luomutuotannon osuus vuosina 2013 ja 2020 .....	58
<b>Kuvio 26.</b>	Kanta-Hämeen hankintarenkaiden ja -yksiköiden hankintojen jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille .....	59
<b>Kuvio 27.</b>	Kanta-Hämeen hankintarenkaiden ja -yksiköiden hankintojen jakautuminen eri alueille vuosina 2013 ja 2020 .....	59
<b>Kuvio 28.</b>	Kanta-Hämeen hankintarenkaiden ja -yksiköiden luomuhankintojen osuus vuosina 2013 ja 2020 .....	59
<b>Kuvio 29.</b>	Keski-Pohjanmaan elintarvikeyritysten raaka-aineostojen jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille .....	64
<b>Kuvio 30.</b>	Keski-Pohjanmaan elintarvikeyritysten myynnin jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille .....	64
<b>Kuvio 31.</b>	Keski-Pohjanmaan elintarvikeyritysten luomutuotannon osuus vuosina 2013 ja 2020 .....	64
<b>Kuvio 32.</b>	Keski-Suomen elintarvikeyritysten raaka-aineostojen jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille .....	72
<b>Kuvio 33.</b>	Keski-Suomen elintarvikeyritysten myynnin jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille .....	72
<b>Kuvio 34.</b>	Keski-Suomen elintarvikeyritysten luomutuotannon osuus vuosina 2013 ja 2020 .....	72
<b>Kuvio 35.</b>	Keski-Suomen hankintarenkaiden ja -yksiköiden hankintojen jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille .....	73
<b>Kuvio 36.</b>	Keski-Suomen hankintarenkaiden ja -yksiköiden hankintojen jakautuminen eri alueille vuosina 2013 ja 2020 .....	74
<b>Kuvio 37.</b>	Keski-Suomen hankintarenkaiden ja -yksi-köiden luomuhankintojen osuus vuosina 2013 ja 2020 .....	74
<b>Kuvio 38.</b>	Kymenlaakson elintarvikeyritysten raaka-aineostojen jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille ....	81
<b>Kuvio 39.</b>	Kymenlaakson elintarvikeyritysten myynnin jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille .....	81
<b>Kuvio 40.</b>	Kymenlaakson elintarvikeyritysten luomutuotannon osuus vuosina 2013 ja 2020 .....	81
<b>Kuvio 41.</b>	Kymenlaakson hankintarenkaiden ja -yksiköiden hankintojen jakautuminen eri alueille vuosina 2013 ja 2020 .....	84

<b>Kuvio 42.</b>	Kymenlaakson hankintarenkaiden ja -yksiköiden luomuhankintojen osuus vuosina 2013 ja 2020.	84
<b>Kuvio 43.</b>	Lapin elintarvikeyritysten raaka-aineostojen jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille.....	89
<b>Kuvio 44.</b>	Lapin elintarvikeyritysten myynnin jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille.....	89
<b>Kuvio 45.</b>	Lapin elintarvikeyritysten luomutuotannon osuus vuosina 2013 ja 2020.....	89
<b>Kuvio 46.</b>	Lapin hankintarenkaiden ja -yksiköiden hankintojen jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille.....	92
<b>Kuvio 47.</b>	Lapin hankintarenkaiden ja -yksiköiden hankintojen jakautuminen eri alueille vuosina 2013 ja 2020.....	92
<b>Kuvio 48.</b>	Lapin hankintarenkaiden ja -yksiköiden luomuhankintojen osuus vuosina 2013 ja 2020.....	92
<b>Kuvio 49.</b>	Pirkanmaan elintarvikeyritysten raaka-aineostojen jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille.....	98
<b>Kuvio 50.</b>	Pirkanmaan elintarvikeyritysten myynnin jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille.....	98
<b>Kuvio 51.</b>	Pirkanmaan elintarvikeyritysten luomutuotannon osuus vuosina 2013 ja 2020.....	98
<b>Kuvio 52.</b>	Pirkanmaan hankintarenkaiden ja -yksiköiden hankintojen jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille.....	103
<b>Kuvio 53.</b>	Pirkanmaan hankintarenkaiden ja -yksiköiden hankintojen jakautuminen eri alueille vuosina 2013 ja 2020.....	104
<b>Kuvio 54.</b>	Pirkanmaan hankintarenkaiden ja -yksiköiden luomuhankintojen osuus vuosina 2013 ja 2020.....	104
<b>Kuvio 55.</b>	Pohjanmaan elintarvikeyritysten raaka-aineostojen jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille.....	108
<b>Kuvio 56.</b>	Pohjanmaan elintarvikeyritysten myynnin jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille.....	108
<b>Kuvio 57.</b>	Pohjanmaan elintarvikeyritysten luomutuotannon osuus vuosina 2013 ja 2020.....	108
<b>Kuvio 58.</b>	Pohjanmaan hankintarenkaiden ja -yksiköiden hankintojen jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille.....	113
<b>Kuvio 59.</b>	Pohjanmaan hankintarenkaiden ja -yksiköiden hankintojen jakautuminen eri alueille vuosina 2013 ja 2020.....	113
<b>Kuvio 60.</b>	Pohjanmaan hankintarenkaiden ja -yksiköiden luomuhankintojen osuus vuosina 2013 ja 2020. ...	114
<b>Kuvio 61.</b>	Pohjois-Karjalan elintarvikeyritysten raaka-aineostojen jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille.	118
<b>Kuvio 62.</b>	Pohjois-Karjalan elintarvikeyritysten myynnin jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille.	
<b>Kuvio 63.</b>	Pohjois-Karjalan elintarvikeyritysten luomutuotannon osuus vuosina 2013 ja 2020.....	119
<b>Kuvio 64.</b>	Pohjois-Karjalan hankintarenkaiden ja -yksiköiden hankintojen jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille.....	124
<b>Kuvio 65.</b>	Pohjois-Karjalan hankintarenkaiden ja -yksiköiden hankintojen jakautuminen eri alueille vuosina 2013 ja 2020.....	124
<b>Kuvio 66.</b>	Pohjois-Karjalan hankintarenkaiden ja -yksiköiden luomuhankintojen osuus vuosina 2013 ja 2020.....	125
<b>Kuvio 67.</b>	Pohjois-Pohjanmaan elintarvikeyritysten raaka-aineostojen jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille.....	129
<b>Kuvio 68.</b>	Pohjois-Pohjanmaan elintarvikeyritysten myynnin jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille.....	129
<b>Kuvio 69.</b>	Pohjois-Pohjanmaan elintarvikeyritysten luomutuotannon osuus vuosina 2013 ja 2020.....	129
<b>Kuvio 70.</b>	Pohjois-Pohjanmaan hankintarenkaiden ja -yksiköiden hankintojen jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille.....	134
<b>Kuvio 71.</b>	Pohjois-Pohjanmaan hankintarenkaiden ja -yksiköiden hankintojen jakautuminen eri alueille vuosina 2013 ja 2020.....	134
<b>Kuvio 72.</b>	Pohjois-Pohjanmaan hankintarenkaiden ja -yksiköiden luomuhankintojen osuus vuosina 2013 ja 2020.....	135
<b>Kuvio 73.</b>	Pohjois-Savon elintarvikeyritysten raaka-aineostojen jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille..	139
<b>Kuvio 74.</b>	Pohjois-Savon elintarvikeyritysten myynnin jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille.....	139
<b>Kuvio 75.</b>	Pohjois-Savon elintarvikeyritysten luomutuotannon osuus vuosina 2013 ja 2020.....	139
<b>Kuvio 76.</b>	Pohjois-Savon hankintarenkaiden ja -yksiköiden hankintojen jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille.....	143
<b>Kuvio 77.</b>	Pohjois-Savon hankintarenkaiden ja -yksiköiden hankintojen jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille vuosina 2013 ja 2020.....	143
<b>Kuvio 78.</b>	Pohjois-Savon hankintarenkaiden ja -yksiköiden luomuhankintojen osuus vuosina 2013 ja 2020.....	144
<b>Kuvio 79.</b>	Päijät-Hämeen elintarvikeyritysten raaka-aineostojen jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille.	148
<b>Kuvio 80.</b>	Päijät-Hämeen elintarvikeyritysten myynnin jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille.....	149
<b>Kuvio 81.</b>	Päijät-Hämeen elintarvikeyritysten luomutuotannon osuus vuosina 2013 ja 2020.....	149
<b>Kuvio 82.</b>	Päijät-Hämeen hankintarenkaiden ja -yksiköiden hankintojen jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille.....	150

<b>Kuvio 83.</b>	Päijät-Hämeen hankintarenkaiden ja -yksiköiden hankintojen jakautuminen eri alueille vuosina 2013 ja 2020 .....	150
<b>Kuvio 84.</b>	Päijät-Hämeen hankintarenkaiden ja -yksiköiden luomuhankintojen osuus vuosina 2013 ja 2020 .....	150
<b>Kuvio 85.</b>	Satakunnan elintarvikeyritysten raaka-aineostojen jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille .....	155
<b>Kuvio 86.</b>	Satakunnan elintarvikeyritysten myynnin jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille .....	155
<b>Kuvio 87.</b>	Satakunnan elintarvikeyritysten luomutuotannon osuus vuosina 2013 ja 2020 .....	155
<b>Kuvio 88.</b>	Satakunnan hankintarenkaiden ja -yksiköiden hankintojen jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille .....	159
<b>Kuvio 89.</b>	Satakunnan hankintarenkaiden ja -yksiköiden hankintojen jakautuminen eri alueille vuosina 2013 ja 2020 .....	160
<b>Kuvio 90.</b>	Satakunnan hankintarenkaiden ja -yksiköiden luomuhankintojen osuus vuosina 2013 ja 2020 .....	160
<b>Kuvio 91.</b>	Uudenmaan elintarvikeyritysten raaka-aineostojen jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille .....	165
<b>Kuvio 92.</b>	Uudenmaan elintarvikeyritysten myynnin jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille .....	166
<b>Kuvio 93.</b>	Uudenmaan elintarvikeyritysten luomutuotannon osuus vuosina 2013 ja 2020 .....	166
<b>Kuvio 94.</b>	Uudenmaan hankintarenkaiden ja -yksiköiden hankintojen jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille .....	170
<b>Kuvio 95.</b>	Uudenmaan hankintarenkaiden ja -yksiköiden hankintojen jakautuminen eri alueille vuosina 2013 ja 2020 .....	170
<b>Kuvio 96.</b>	Uudenmaan hankintarenkaiden ja -yksiköiden luomuhankintojen osuus vuosina 2013 ja 2020 .....	170
<b>Kuvio 97.</b>	Varsinais-Suomen elintarvikeyritysten raaka-aineostojen jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille .....	176
<b>Kuvio 98.</b>	Varsinais-Suomen elintarvikeyritysten myynnin jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille .....	176
<b>Kuvio 99.</b>	Varsinais-Suomen elintarvikeyritysten luomutuotannon osuus vuosina 2012 ja 2020 .....	176
<b>Kuvio 100.</b>	Varsinais-Suomen hankintarenkaiden ja -yksiköiden hankintojen jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille .....	178
<b>Kuvio 101.</b>	Varsinais-Suomen hankintarenkaiden ja -yksiköiden hankintojen jakautuminen eri alueille vuosina 2013 ja 2020 .....	178
<b>Kuvio 102.</b>	Varsinais-Suomen hankintarenkaiden ja -yksiköiden luomu hankintojen osuus vuosina 2013 ja 2020 .....	179
<b>Figur 103.</b>	Råvaruinköpens fördelning på olika områden per produktgrupp i åländska livsmedelsföretag .....	184
<b>Figur 104.</b>	Försäljningens fördelning på olika områden per produktgrupp i åländska livsmedelsföretag .....	184
<b>Figur 105.</b>	Andel ekologisk produktion i åländska livsmedelsföretag åren 2013 och 2020 .....	184
<b>Kuvio 106.</b>	Elintarvikeyritysten alkutuotannon raaka-aineostojen jakautuminen eri alueille maakunnittain .....	190
<b>Kuvio 107.</b>	Elintarvikeyritysten alkutuotannon raaka-aineostojen jakautuminen eri alueille alatoimialoitain .....	190
<b>Kuvio 108.</b>	Elintarvikeyritysten käyttämien paikallisten raaka-aineiden osuuden muuttuminen .....	191
<b>Kuvio 109.</b>	Elintarvikeyritysten myynnin jakautuminen eri alueille maakunnittain .....	191
<b>Kuvio 110.</b>	Elintarvikeyritysten myynnin jakautuminen eri alueille alatoimialoitain .....	192
<b>Kuvio 111.</b>	Elintarvikeyritysten myynnin jakautuminen eri myyntikanaviin .....	192
<b>Kuvio 112.</b>	Elintarvikealan yritysten arviot liikevaihdon kehittymisen suunnasta vuosina 2013–2020 .....	193
<b>Kuvio 113.</b>	Ympäristöstä kannettavan vastuun tärkeys elintarvikealan yrityksille .....	195
<b>Kuvio 114.</b>	Paikallisyhteisöstä kannettavan vastuun tärkeys elintarvikealan yrityksille .....	195
<b>Kuvio 115.</b>	Julkisen sektorin tarjouspyyntöön vastanneiden elintarvikealan yritysten osuus .....	197
<b>Kuvio 116.</b>	Julkisten ammattikeittiöiden elintarvikeostojen nykyinen jakautuminen eri alueille maakunnittain .....	199
<b>Kuvio 117.</b>	Julkisten ammattikeittiöiden elintarvikeostojen nykyinen jakautuminen tuoteryhmittäin eri alueille .....	200
<b>Kuvio 118.</b>	Arvioita julkisten ammattikeittiöiden elintarvikeostojen jakautumisesta eri alueille maakunnittain vuonna 2020 .....	200
<b>Kuvio 119.</b>	Elintarviketeollisuuden vaikutukset Suomen maakunnissa .....	204
<b>Kuvio 120.</b>	Hankintarenkaiden paikallisten ostojen muutos vuosien 2013 ja 2020 välillä ja sen vaikutus maakuntien työllisyyteen ja talouteen .....	205

## TAULUKOT

<b>Taulukko 1.</b>	Vuoden 2013 kyselyyn vastanneet yritykset toimialoittain .....	18
<b>Taulukko 2.</b>	Vuoden 2013 kyselyyn vastanneet yritykset maakunnittain .....	18
<b>Taulukko 3.</b>	Hankintarengaskyselyyn vastanneiden määrä maakunnittain .....	19
<b>Taulukko 4.</b>	Etelä-Karjalan elintarvikealan toimipaikat .....	21
<b>Taulukko 5.</b>	Maatalouden ja elintarviketeollisuuden vaikutukset Etelä-Karjalassa .....	29
<b>Taulukko 6.</b>	Tulevaisuuden (v. 2020) vaikutukset Etelä-Karjalan työllisyydelle ja taloudelle nykytilanteeseen nähden .....	30
<b>Taulukko 7.</b>	Etelä-Pohjanmaan elintarvikealan toimipaikat .....	31
<b>Taulukko 8.</b>	Maatalouden ja elintarviketeollisuuden vaikutukset Etelä-Pohjanmaalla .....	38
<b>Taulukko 9.</b>	Tulevaisuuden (v. 2020) vaikutukset Etelä-Pohjanmaan työllisyydelle ja taloudelle nykytilanteeseen nähden .....	39
<b>Taulukko 10.</b>	Etelä-Savon elintarvikealan toimipaikat .....	40
<b>Taulukko 11.</b>	Maatalouden ja elintarviketeollisuuden vaikutukset Etelä-Savossa .....	48
<b>Taulukko 12.</b>	Tulevaisuuden (v. 2020) vaikutukset Etelä-Savon taloudelle ja työllisyydelle nykytilanteeseen nähden .....	48
<b>Taulukko 13.</b>	Kainuun elintarvikealan toimipaikat .....	49
<b>Taulukko 14.</b>	Maatalouden ja elintarviketeollisuuden vaikutukset Kainuussa .....	55
<b>Taulukko 15.</b>	Kanta-Hämeen elintarvikealan toimipaikat .....	56
<b>Taulukko 16.</b>	Maatalouden ja elintarviketeollisuuden vaikutukset Kanta-Hämeessä .....	60
<b>Taulukko 17.</b>	Tulevaisuuden (v. 2020) vaikutukset Kanta-Hämeen työllisyydelle ja taloudelle nykytilanteeseen nähden .....	61
<b>Taulukko 18.</b>	Keski-Pohjanmaan elintarvikealan toimipaikat .....	62
<b>Taulukko 19.</b>	Maatalouden ja elintarviketeollisuuden vaikutukset Keski-Pohjanmaalla .....	68
<b>Taulukko 20.</b>	Keski-Suomen elintarvikealan toimipaikat .....	71
<b>Taulukko 21.</b>	Maatalouden ja elintarviketeollisuuden vaikutukset Keski-Suomessa .....	75
<b>Taulukko 22.</b>	Tulevaisuuden (v. 2020) vaikutukset Keski-Suomen työllisyydelle ja taloudelle nykytilanteeseen nähden .....	76
<b>Taulukko 23.</b>	Kymenlaakson elintarvikealan toimipaikat .....	79
<b>Taulukko 24.</b>	Maatalouden ja elintarviketeollisuuden vaikutukset Kymenlaaksossa .....	86
<b>Taulukko 25.</b>	Tulevaisuuden (v. 2020) vaikutukset Kymenlaakson työllisyydelle ja taloudelle nykytilanteeseen nähden .....	86
<b>Taulukko 26.</b>	Lapin elintarvikealan toimipaikat .....	88
<b>Taulukko 27.</b>	Maatalouden ja elintarviketeollisuuden vaikutukset Lapissa .....	94
<b>Taulukko 28.</b>	Tulevaisuuden (v. 2020) vaikutukset Lapin työllisyydelle ja taloudelle nykytilanteeseen nähden .....	94
<b>Taulukko 29.</b>	Pirkanmaan elintarvikealan toimipaikat .....	96
<b>Taulukko 30.</b>	Maatalouden ja elintarviketeollisuuden vaikutukset Pirkanmaalla .....	105
<b>Taulukko 31.</b>	Tulevaisuuden (v. 2020) vaikutukset Pirkanmaan työllisyydelle ja taloudelle nykytilanteeseen nähden .....	105
<b>Taulukko 32.</b>	Pohjanmaan elintarvikealan toimipaikat .....	106
<b>Taulukko 33.</b>	Maatalouden ja elintarviketeollisuuden vaikutukset Pohjanmaalla .....	114
<b>Taulukko 34.</b>	Tulevaisuuden (v. 2020) vaikutukset Pohjanmaan työllisyydelle ja taloudelle nykytilanteeseen nähden .....	115
<b>Taulukko 35.</b>	Pohjois-Karjalan elintarvikealan toimipaikat .....	117
<b>Taulukko 36.</b>	Maatalouden ja elintarviketeollisuuden vaikutukset Pohjois-Karjalassa .....	125
<b>Taulukko 37.</b>	Tulevaisuuden (v. 2020) vaikutukset Pohjois-Karjalan työllisyydelle ja taloudelle nykytilanteeseen nähden .....	126
<b>Taulukko 38.</b>	Pohjois-Pohjanmaan elintarvikealan toimi paikat .....	128
<b>Taulukko 39.</b>	Maatalouden ja elintarviketeollisuuden vaikutukset Pohjois-Pohjanmaalla .....	135
<b>Taulukko 40.</b>	Tulevaisuuden (v. 2020) vaikutukset Pohjois-Pohjanmaan työllisyydelle ja taloudelle nykytilanteeseen nähden .....	136
<b>Taulukko 41.</b>	Pohjois-Savon elintarvikealan toimipaikat .....	138
<b>Taulukko 42.</b>	Maatalouden ja elintarviketeollisuuden vaikutukset Pohjois-Savossa .....	145
<b>Taulukko 43.</b>	Tulevaisuuden (v. 2020) vaikutukset Pohjois-Savon työllisyydelle ja taloudelle nykytilanteeseen nähden .....	146
<b>Taulukko 44.</b>	Päijät-Hämeen elintarvikealan toimipaikat .....	147

<b>Taulukko 45.</b>	Maatalouden ja elintarviketeollisuuden vaikutukset Päijät-Hämeessä .....	152
<b>Taulukko 46.</b>	Tulevaisuuden (v. 2020) vaikutukset Päijät-Hämeen työllisyydelle ja taloudelle nykytilanteeseen nähden .....	152
<b>Taulukko 47.</b>	Satakunnan elintarvikealan toimipaikat .....	153
<b>Taulukko 48.</b>	Maatalouden ja elintarviketeollisuuden vaikutukset Satakunnassa .....	162
<b>Taulukko 49.</b>	Tulevaisuuden (v. 2020) vaikutukset Satakunnan työllisyydelle ja taloudelle nykytilanteeseen nähden .....	162
<b>Taulukko 50.</b>	Uudenmaan elintarvikealan toimipaikat.....	164
<b>Taulukko 51.</b>	Maatalouden ja elintarviketeollisuuden vaikutukset Uudellamaalla .....	172
<b>Taulukko 52.</b>	Tulevaisuuden (v. 2020) vaikutukset Uudenmaan työllisyydelle ja taloudelle nykytilanteeseen nähden .....	173
<b>Taulukko 53.</b>	Varsinais-Suomen elintarvikealan toimipaikat.....	175
<b>Taulukko 54.</b>	Maatalouden ja elintarviketeollisuuden vaikutukset Varsinais-Suomessa .....	180
<b>Taulukko 55.</b>	Tulevaisuuden (v. 2020) vaikutukset Varsinais-Suomen työllisyydelle ja taloudelle nykytilanteeseen nähden .....	181
<b>Tabell 56.</b>	Livsmedelsföretag på Åland .....	183
<b>Tabell 57.</b>	Effekter av lantbruket och livsmedelsindustrin på Åland. ....	188
<b>Taulukko 58.</b>	Elintarvikeyritysten nykyiset ja vuodelle 2020 arvioidut luomutuotteiden osuudet.....	193
<b>Taulukko 59.</b>	Elintarviketeollisuuden yritysten arviot keskimäärin liikevaihdon kehittymisestä maakunnittain vuosien 2013 ja 2020 välillä .....	193
<b>Taulukko 60.</b>	Hankintarenkaiden ja -yksiköiden luomutuotteiden osuudet nykyisin ja vuonna 2020. ....	201
<b>Taulukko 61.</b>	Maatalouden ja elintarviketeollisuuden vaikutukset koko Suomessa yhteensä .....	203
<b>Taulukko 62.</b>	Tutkimuksessa esiin nousseita asioita sekä niistä tehtyjä johtopäätöksiä ja suosituksia .....	207

# LIITE 1. REGFIN-LASKENTAMENETELMÄ JA SIIHEN LIITTYVIÄ JULKAISUJA

CGE-simulointimallit<sup>132</sup> ovat osoittautuneet parhaaksi tavaksi arvioida erilaisten muutosten alue-taloudellisia vaikutuksia. Esimerkiksi alueen taloudellisissa olosuhteissa tapahtuu muutos, alueelle tulee uusi toimija, tai sieltä poistuu toimija, suoritetaan uusi investointi tai lakkautetaan tehdas. Muutos voi olla myös tukipolitiikan tai verotuksen painopisteen muuttuminen. Nämä uuden sukupolven simulaatiomallit ovat selvästi kehittyneempiä talouden kuvauksia kuin vanhemmat lineaariset tekniikat. CGE-mallit kehitettiin alun perin 1980-luvulta lähtien korjaamaan vanhempien laskentametodien puutteita.

## RURALIAN YLEISEN TASAPAINON MALLI

Yleisen tasapainon CGE-mallina Ruralia-instituutin alueellinen RegFin-laskentamalli perustuu koeteltuun mikro- ja makrotalousteoriaan, kehittyneisiin soveltavan matematiikan ratkaisualgoritmeihin sekä Tilastokeskuksen virallisiin kansan- ja aluetalouden tilinpidon lukuihin. Toimialamallina se on joustava ja sen aineisto voidaan kohtuullisella työpanoksella päivittää vuosittain. RegFin on saanut vaikutteita ennen kaikkea Australian Melbourne Monash-yliopiston kuuluisista malleista.

Käytännössä kaikki sovellukset vaativat mallin räätälöintiä, kuten lisäaineiston hankintaa, toimiala- ja/tai aluerakenteen muokkausta sekä ohjelmointia. Mallia on kehitetty vuodesta 1998 lähtien. Viimeisten seitsemän vuoden aikana sillä on tehty yli 50 tutkimusta.

RegFin-laskenta voidaan suorittaa Suomen, sen maa- ja seutukuntien tasolla. Toimialojen lukumäärä riippuu Tilastokeskuksen kansan- ja aluetalouden tilinpidosta. Mallin perusaineisto kattaa kaikki Suomen 19 maakuntaa, joissa on kussakin 26 toimialaa. Malli voidaan sovittaa seutukunnalle, jolloin käytössä on 17 toimialaa. Mallin dimensiota voidaan räätälöidä ja perustiedoista voidaan joustavasti yhdistellä sovellukseen sopivia toimialoista ja alueista koostuvia kokonaisuuksia. Päätoimialoja voidaan ja alatoimialoihin. Dimensiovalinnat ratkaisevat mallin koon ja sen ratkaisemiseen kuluvan ajan.

RegFin-mallin simulointitulokset sisältävät muutoksen suoran ja epäsuoran vaikutuksen lisäksi niin sanotut aiheutetut vaikutukset, jotka syntyvät vaikutuskanavan edetessä tuloihin ja kulutukseen asti. Kutsumme jatkossa epäsuoria ja tulo- sekä kulutusvaikutuksia kerroinvaikutuksiksi.

## MIKRO- JA MAKROTALOUS-TEOREETTINEN PERUSTA

Laskentamallin keskeinen neoklassinen talousteorია on esitetty kuviossa 1.

Keskeiset päätöksentekijät ovat kuluttajat, yritykset ja julkinen sektori. Mallissa oletetaan, että kuluttajat pyrkivät valitsemaan kuluttamiensa tavaroiden ja palveluiden määrät siten, että he saavat niistä mahdollisimman suuren tarpeen tyydytyksen eli hyödyn. Kotitalouksien eli yksityinen kulutus määräytyy suhteellisten kuluttajahintojen<sup>133</sup> ja työ- ja pääomatulojen perusteella riippuen valitusta hyötyfunktioista.

Yritysten oletetaan haluavan tuottaa mahdollisimman suuren tulojen ja tuotantokustannusten erotuksen eli voiton. Kuluttajat tarjoavat tuotannon tekijämarkkinoilla omistamiaan väli tuotteita<sup>134</sup>, työ- ja fyysisen pääoman (koneet, laitteet, kuljetusvälineet jne.) tunteja. Yritykset ostavat näitä tuotannon tekijöikseen, jolloin työn ja pääoman suhteelliset hinnat määräytyvät kysynnän ja tarjonnan kohdatessa.

Työn ja pääoman kysyntä määräytyvät tuotannon määrän, suhteellisten panoshintojen, pannonen toisillaan korvattavuusmahdollisuuksien ja teknisen kehityksen eli tuottavuuden perusteella. Yritysten investoinnit rahoitetaan kuluttajien säästöillä.

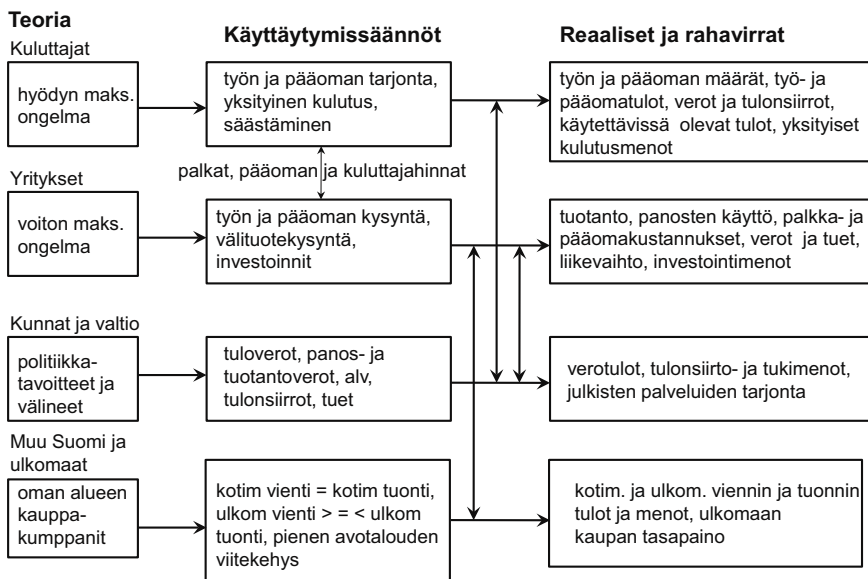
Kunnat ja valtio muodostavat julkisen sektorin, jolla on politiikkatavoitteita. Se määrää panos- ja hyödykeverot ja asettaa arvonlisäveron tason.

<sup>133</sup> Suhteellisella hinnalla tarkoitetaan kahden hinnan suhdetta. Mallissa minkä tahansa hinnan jakajana toimii valuuttakurssi. Kaikki kotimaiset hinnat ilmaistaan siten suhteessa ulkomaiseen hintatasoon. Määrittely tulee pienen avotulouden oletuksesta.

<sup>134</sup> Väli tuotteilla tarkoitetaan yritysten tarvitsemia raaka-aineita, komponentteja, varaosia jne. Joissain tapauksissa väli tuote voi olla jonkin muun toimialan lopputuote. Esimerkiksi kaupan toimiala ostaa valmiita tuotteita, kuten maitoa, juustoa, puhdistusaineita jne. muilta toimialoilta myydäkseen ne edelleen.

<sup>132</sup> CGE tulee sanoista Computable General Equilibrium.





Kuvio 1. RegFin-aluemallin teoria.

Julkinen valta pyrkii puuttumaan näitä keinoja käyttäen kuluttajien ja yritysten päätöksentekoon. EU-jäsenyyden myötä julkisen sektorin mahdollisuudet tukea vientiä ja hillitä tuontia ovat vähentyneet.

Malli huomioi sekä kotimaan että ulkomaan kaupan. Kotimaan kauppaa määrääytyy gravitaatio-teorian mukaan. Alueiden välisen kaupan määrä riippuu suhteellisista hinnoista ja kuljetusetäisyydestä eli kuljetuskustannuksista, joiden kasvaessa kauppa pienenee. Kauppaa käydään sellaisen alueen kanssa josta saadaan paras suhteellinen hinta. Positiivisesti vaikuttava tekijä on myös alueen tavarantoiminnan tai palvelun kysyntä ja ostovoima. Etäisyyden alueen kanssa käydään kauppaa, jos sen ostovoimasta tuleva vaikutus dominoi kuljetuskustannuksista tulevaa vaikutusta. Yksittäisen alueen kotimaan kauppapaino voi olla ali- tai ylijäämäinen tai tasapainossa. Kotimaan kauppaa on määritelmän mukaisesti toimialoittain tasapainossa Suomen tasolla.

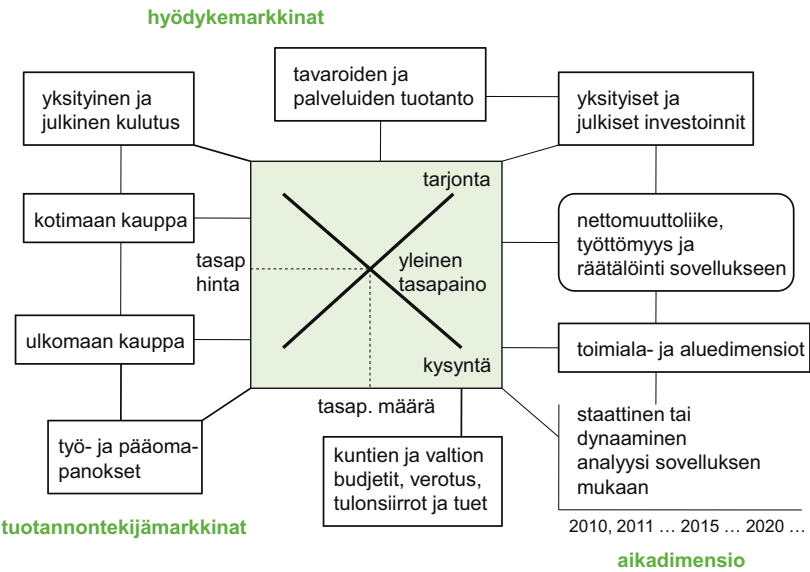
Ulkomaan kaupassa Suomi oletetaan pieneksi avotaloudeksi, joka ei voi vaikuttaa maailman markkinahintoihin. Kukin alue voi viedä ja tuoda annetulla hinnalla haluamansa määrän. Kauppa reagoi ulkomaisten ja kotimaisten tavaroiden ja palveluiden suhteellisiin hintoihin. Jos hintasuhde muuttuu viennin hyväksi, tarjonta omalle alueelle vähenee ja vienti ulkomaille kasvaa. Yksittäisen alueen ulkomaan kauppapaino voi olla ali- tai ylijäämäinen tai tasapainossa. Ulkomaan kauppaa voi olla Suomen tasolla alijäämäinen, tasapainossa tai ylijäämäinen.

## KAIKKI VAIKUTTAA KAIKKEEN

CGE-malleissa keskeinen periaate on, että alueloudessa ”kaikki vaikuttaa kaikkeen”. Mitään talouden osaa ei voida analysoida yksin, erotettuna talouden kokonaisuudesta. Esimerkiksi kunkin toimialan vaikutuksia täytyy arvioida koko aluelouden kannalta. Alat ovat yhteydessä muiden toimialojen kanssa muun muassa alihankintaan liittyvien ostojen ja myyntien kautta.

Kukin toimiala esiintyy lähes kaikissa kuvan laatikoissa. Ne tuottavat hyödykkeitä, suorittavat toiminnan vaatimia investointeja, maksavat korvausta tehdystä työ- ja konetunneista ja maksavat veroja. Seurauksena kukin tukee alueen yksityistä ja julkista sektoria sekä vaikuttaa myönteisesti työllisyyteen.

CGE-malleissa suhteelliset hinnat ovat talouden sopeutumisen moottoreita. Taloudellisten olosuhteiden muuttuessa hintojen muutos ohjaa talouden kohti uutta tasapainoa. Nimensä mukaisesti malli on tasapainomalli, jossa hintojen ja määrien tasapaino toteutuu vasta kun kaikki markkinat ovat tasapainossa. Tällöin kysyntä ja tarjonta ovat tasapainossa sopeutumisen päätyttyä. Työmarkkinat muodostavat poikkeuksen, työn kysyntä ja tarjonta eivät yleensä kohtaa täydellisesti vaan esiintyy työttömyyttä.



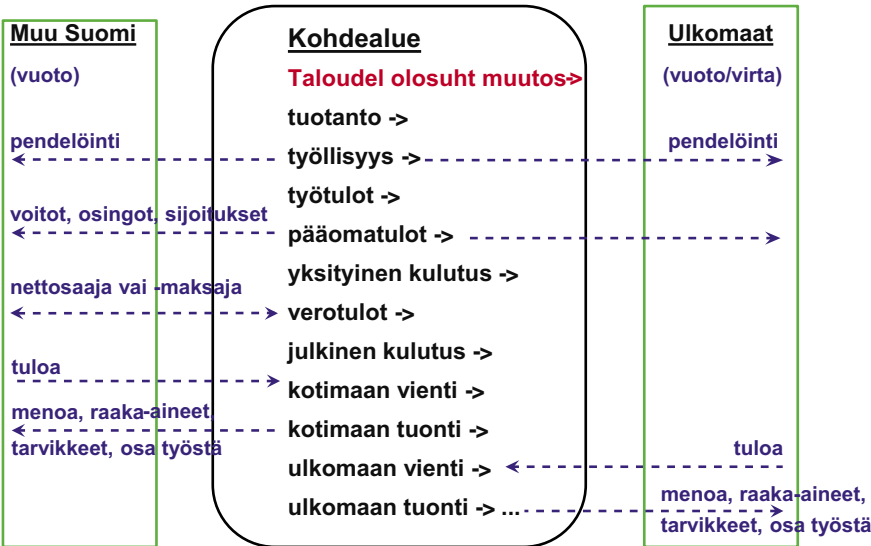
Kuvio 2. RegFin-aluemallissa kaikki vaikuttaa kaikkeen.

## UUODOT JA VIRRAT

Malli huomioi kaikki rahamääräiset uuodot tarkasteltavan alueen ulkopuolelle ja alueeseen päin suuntautuvat tulovirrat. RegFin-mallissa kaikki lasketaan nettomääräisenä. Vanhemmat lineaariset laskentamenetelmät yliarvioivat vaikutuksia, koska niiden tulokset ovat bruttomääräisiä, uuoto- ja ja virtoja ei huomioida. Kuvassa on esitetty alueellisen tulonmuodostuksen prosessi.

Uuodot ovat menoja, jotka johtuvat yritysten, kuluttajien ja julkisen sektorin tarpeesta ostaa ta-

varoit ja palveluita muualta Suomesta sekä ulkomailta. Mikään alue ei ole täysin omavarainen, joten alueen yritysten on tuotava osa raaka-aineista ja varaosista alueen ulkopuolelta. Kotitaloudet haluavat hankkia kestokulutustavaroita ja matkustaa lomalle. Esimerkiksi uuden auton oston aiheuttamasta rahavirrasta jää alueelle vain osa, mahdollisesti vain paikallisen autoliikkeen kate. Vastaavasti lomamatka ja sen aikana tehdyt ostot voivat uuotaa lähes kokonaan ulkomaille. Osa työllisyydestä ja tuloista uuotaa pendelöinnin kautta alueelta pois.



Kuvio 3. RegFin ottaa huomioon rahavuuodot ja -virrat alueelta/alueelle.

Suuri vuotoerä on myös pääomatulot, niistä maksetaan voittoja ja osinkoja. Lisäksi investoinneista kilpailee moni muukin alue.

Virrat syntyvät kun alueelta viedään tavaroita ja palveluita alueen ulkopuolelle muualle kotimaahan tai ulkomaille. Valtio kerää veroja alueelta, mutta rahoittaa myös valtion vastuulla olevat palvelut. Jotkut alueet voivat olla nettosaajia, toiset taas nettomaksajia. Edellisessä tapauksessa virrat ovat vuotoja suurempia. Kunnallisvero on tyypillistä alueen yksityisen ja julkisen sektorin tulonjako.

Yleisen tasapainon analyysin perusteet on esitetty julkaisuissa Törmä (2008) sekä Rutherford ja Törmä (2010). Lisäksi mallia on kuvattu seuraavissa lähteissä: Törmä ja Zawalinska (2010; 2011). Lisää tietoa RegFin-malleista ja aiemmista tutkimuksista artikkeleineen ja raportteineen saa osoitteesta: <http://www.helsinki.fi/ruralia/asiantuntijapalvelut/regfin.htm>

## REGFIN-LASKENTAMENETELMÄÄN LIITTYVÄT JULKAISUT

### Artikkelit ja EU-hankkeiden raportit

Rutherford Thomas F. and Törmä Hannu (2010). Efficiency of Fiscal Measures in Preventing Out Migration from North Finland. *Regional Studies*, Vol. 44, No 4, 465 - 475. [www.helsinki.fi/ruralia/asiantuntijapalvelut/regfin.htm](http://www.helsinki.fi/ruralia/asiantuntijapalvelut/regfin.htm)

Törmä Hannu (2008). Do Small Towns Development Projects Matter, and Can CGE Help? *Journal of Spatial Economic Analysis*, Vol. 3, No. 2, June. [www.helsinki.fi/ruralia/asiantuntijapalvelut/regfin.htm](http://www.helsinki.fi/ruralia/asiantuntijapalvelut/regfin.htm)

Törmä Hannu and Lehtonen Heikki (2009). Macroeconomic and welfare effects of the CAP reform and further decoupling of agricultural support in Finland: A CGE modelling approach. *Food Economics - Acta Agricult Scand C*, 2009; 6: 73 - 87. [www.helsinki.fi/ruralia/asiantuntijapalvelut/regfin.htm](http://www.helsinki.fi/ruralia/asiantuntijapalvelut/regfin.htm)

Törmä, Hannu and Zawalinska, Katarzyna (2010). Methodological description of the CGE RegEU model. FP7 CAPRI-RD project, Deliverable 3.2.2. <http://www.ilr1.uni-bonn.de/agpo/rsrch/capri-rd/network.htm>

Törmä, Hannu and Zawalinska, Katarzyna (2011). Final documentation of the CGE RegEU model. FP7 CAPRI-RD project, Deliverable 3.2.3. <http://www.ilr1.uni-bonn.de/agpo/rsrch/capri-rd/network.htm>

Törmä Hannu ja Zawalinska Katarzyna (2007a). Technical description of the CGE RegFin/RegPol models. University of Helsinki, Ruralia Institute. [www.helsinki.fi/ruralia/asiantuntijapalvelut/regfin.htm](http://www.helsinki.fi/ruralia/asiantuntijapalvelut/regfin.htm)

Törmä Hannu ja Zawalinska Katarzyna (2007b). Kevitsan kupari-nikkelikaivoshankkeen aluetaloudelliset vaikutukset, Helsingin yliopisto, Ruralia-instituutti, Raportteja 16. [www.helsinki.fi/ruralia/asiantuntijapalvelut/regfin.htm](http://www.helsinki.fi/ruralia/asiantuntijapalvelut/regfin.htm)

### Helsingin yliopiston Ruralia-instituutin Raportteja-sarjan julkaisut

Törmä Hannu ja Laukkanen Juha (2014). Talvivivaaran kaivoksen kriisin vaikutukset Kainuun aluetalouteen ja väestön määrään. Helsingin yliopisto, Ruralia-instituutti. Raportteja 116. <http://www.helsinki.fi/ruralia/julkaisut/pdf/Raportteja116.pdf>

Reini Kaarina, Törmä Hannu, Männistö Tuomas, Peura Pekka, Kannonlahti Jouni, Hyttinen Timo ja Haapanen Ari (2014). Uusiutuvat energian lähteet ja hajautetun energian tuotannon aluetaloudellinen vaikuttavuus Pietarsaaren ja Kaustisen seutukunnissa. Helsingin yliopisto, Ruralia-instituutti. Raportteja 115. <http://www.helsinki.fi/ruralia/julkaisut/pdf/Raportteja115.pdf>

Törmä Hannu, Kinnunen Jouko, Määttä Susanna ja Zimoch Urzula (2013). Sodankylän Kevitsan kaivoksen alue- ja kunnallistaloudelliset vaikutukset. Helsingin yliopisto, Ruralia-instituutti. Raportteja 102. <http://www.helsinki.fi/ruralia/julkaisut/pdf/Raportteja102.pdf>

Määttä Susanna, Väisänen Hanna-Maija ja Törmä Hannu (2013). Julkisten keittiöiden paikallisten elintarvikeostojen aluetaloudelliset vaikutukset – Tarkastelussa Etelä-Savon maakunta. Helsingin yliopisto, Ruralia-instituutti. Raportteja 101. [http://www.helsinki.fi/ruralia/asiantuntijapalvelut/ytp\\_fin/pdf/Raportteja101.pdf](http://www.helsinki.fi/ruralia/asiantuntijapalvelut/ytp_fin/pdf/Raportteja101.pdf)

Määttä Susanna ja Törmä Hannu (2012). Keski-Suomen ruoantuotannon aluetaloudellisen vaikuttavuuden selvitys. Helsingin yliopisto, Ruralia-instituutti. Raportteja 93. [http://www.helsinki.fi/ruralia/asiantuntijapalvelut/ytp\\_fin/pdf/Raportteja93.pdf](http://www.helsinki.fi/ruralia/asiantuntijapalvelut/ytp_fin/pdf/Raportteja93.pdf)

Määttä Susanna ja Törmä Hannu (2012). Hämeen ruoantuotannon aluetaloudellisen vaikuttavuuden selvitys. Helsingin yliopisto, Ruralia-instituutti. Raportteja 90. [http://www.helsinki.fi/ruralia/asiantuntijapalvelut/ytp\\_fin/pdf/Raportteja90.pdf](http://www.helsinki.fi/ruralia/asiantuntijapalvelut/ytp_fin/pdf/Raportteja90.pdf)

- Määttä Susanna ja Törmä Hannu (2012). Varsinais-Suomen ruoantuotannon aluetaloudellisen vaikuttavuuden selvitys. Helsingin yliopisto, Ruralia-instituutti. Raportteja 89. [http://www.helsinki.fi/ruralia/asiantuntijapalvelut/yp\\_fi/pdf/Raportteja89.pdf](http://www.helsinki.fi/ruralia/asiantuntijapalvelut/yp_fi/pdf/Raportteja89.pdf)
- Määttä Susanna, Törmä Hannu, Virtanen Petri, Hyyryläinen Torsti ja Pylkkänen Päivi (2012). Kouvolan seudun elintarviketalouden vaikutukset alueeseen ja työllisyyteen – Nykytilanne ja alustavat lähtökohdat kehitysvision. Helsingin yliopisto, Ruralia-instituutti, Raportteja 86. [www.helsinki.fi/ruralia/asiantuntijapalvelut/regfin.htm](http://www.helsinki.fi/ruralia/asiantuntijapalvelut/regfin.htm)
- Metsäranta Heikki, Laakso Seppo, Rinta-Piirto Jyrki, Haapamäki Taina, Törmä Hannu, Määttä Susanna ja Reini Kaarina (2012). Pisara-radan laajemmat yhteiskunnalliset vaikutukset. Liikenneviraston tutkimuksia ja selvityksiä 11/2012. [http://www2.liikennevirasto.fi/julkaisut/pdf3/lts\\_2012-11\\_pisara-radan\\_laajemmat\\_web.pdf](http://www2.liikennevirasto.fi/julkaisut/pdf3/lts_2012-11_pisara-radan_laajemmat_web.pdf)
- Reini Kaarina, Määttä Susanna ja Törmä Hannu (2011). Talvivaaran kaivoksen jalostusketjun ja siihen liittyvien investointien aluetaloudelliset vaikutukset. Helsingin yliopisto, Ruralia-instituutti, Raportteja 73. [www.helsinki.fi/ruralia/asiantuntijapalvelut/regfin.htm](http://www.helsinki.fi/ruralia/asiantuntijapalvelut/regfin.htm)
- Törmä Hannu, Laasanen Juhani ja Määttä Susanna (2011). Kainuun erikoissairaanhoidon aluetaloudelliset vaikutukset. Helsingin yliopisto, Ruralia-instituutti, Raportteja 72. [www.helsinki.fi/ruralia/asiantuntijapalvelut/regfin.htm](http://www.helsinki.fi/ruralia/asiantuntijapalvelut/regfin.htm)
- Laasanen Juhani (2011). Vapaaehtoistyön kansantaloudelliset vaikutukset. Helsingin yliopisto, Ruralia-instituutti, Raportteja 70. [www.helsinki.fi/ruralia/asiantuntijapalvelut/regfin.htm](http://www.helsinki.fi/ruralia/asiantuntijapalvelut/regfin.htm)
- Törmä Hannu, Reini Kaarina ja Määttä Susanna (2010). Suomen sahateollisuuden supistumisen ja tulevaisuuden kuvien aluetaloudelliset vaikutukset. Helsingin yliopisto Ruralia-instituutti. Raportteja 62. [www.helsinki.fi/ruralia/asiantuntijapalvelut/regfin.htm](http://www.helsinki.fi/ruralia/asiantuntijapalvelut/regfin.htm)
- Laasanen Juhani (2010). Soklin kaivoksen vaikutukset Savukosken kuntaan. Helsingin yliopisto, Ruralia-instituutti, Raportteja 56. [www.helsinki.fi/ruralia/asiantuntijapalvelut/regfin.htm](http://www.helsinki.fi/ruralia/asiantuntijapalvelut/regfin.htm)
- Reini Kaarina ja Törmä Hannu (2010). Suomen metsäteollisuuden uusien mahdollisuuksien aluetaloudelliset vaikutukset. Helsingin yliopisto, Ruralia-instituutti, Raportteja 55. [www.helsinki.fi/ruralia/asiantuntijapalvelut/regfin.htm](http://www.helsinki.fi/ruralia/asiantuntijapalvelut/regfin.htm)
- Laasanen Juhani (2010). Pajala-Kolarin kaivos-hankkeen vaikutukset Kolarin kuntaan. Helsingin yliopisto, Ruralia-instituutti, Raportteja 52. [www.helsinki.fi/ruralia/asiantuntijapalvelut/regfin.htm](http://www.helsinki.fi/ruralia/asiantuntijapalvelut/regfin.htm)
- Reini Kaarina, Törmä Hannu ja Mäkinen Jarkko (2010). Massa- ja paperiteollisuuden supistumisen ja tulevaisuuden kuvien aluetaloudelliset vaikutukset. Helsingin yliopisto, Ruralia-instituutti, Raportteja 50. [www.helsinki.fi/ruralia/asiantuntijapalvelut/regfin.htm](http://www.helsinki.fi/ruralia/asiantuntijapalvelut/regfin.htm)
- Reini Kaarina, Törmä Hannu ja Mäkinen Jarkko (2009). Metallien jalostuksen ja metallituoteteollisuuden investointien aluetaloudelliset vaikutukset. Helsingin yliopisto, Ruralia-instituutti, Raportteja 47. [www.helsinki.fi/ruralia/asiantuntijapalvelut/regfin.htm](http://www.helsinki.fi/ruralia/asiantuntijapalvelut/regfin.htm)
- Törmä Hannu ja Reini Kaarina (2009a). Pajala-Kolarin ja Soklin kaivosten rata-, satama- ja meriväyläinvestointien sekä kaivosten toiminnan vaikutukset valtion ja kuntien verotuloihin. Helsingin yliopisto, Ruralia-instituutti, Raportteja 42. [www.helsinki.fi/ruralia/asiantuntijapalvelut/regfin.htm](http://www.helsinki.fi/ruralia/asiantuntijapalvelut/regfin.htm)
- Törmä Hannu ja Reini Kaarina (2009b). Pajala-Kolarin ja Soklin kaivoshankkeisiin liittyvien rautatie- ja tieinvestointien ja Kemian sata-mainvestointien aluetaloudelliset vaikutukset. Helsingin yliopisto, Ruralia-instituutti, Raportteja 38. [www.helsinki.fi/ruralia/asiantuntijapalvelut/regfin.htm](http://www.helsinki.fi/ruralia/asiantuntijapalvelut/regfin.htm)
- Törmä Hannu ja Reini Kaarina (2009c). Suomen kaivosalan aluetaloudelliset vaikutukset elinkeinorakenteeseen ja työllisyyteen. Helsingin yliopisto, Ruralia-instituutti, Raportteja 37. [www.helsinki.fi/ruralia/asiantuntijapalvelut/regfin.htm](http://www.helsinki.fi/ruralia/asiantuntijapalvelut/regfin.htm)
- Törmä Hannu ja Reini Kaarina (2008a). Metsäteollisuuden mahdollisen supistumisen aluetaloudelliset vaikutukset. Helsingin yliopisto, Ruralia-instituutti, Raportteja 33. [www.helsinki.fi/ruralia/asiantuntijapalvelut/regfin.htm](http://www.helsinki.fi/ruralia/asiantuntijapalvelut/regfin.htm)
- Törmä Hannu ja Reini Kaarina (2008b). Talvivaaran nikkelikaivoksen aluetaloudellisten vaikutusten seurantaraportti. Helsingin yliopisto, Ruralia-instituutti, Raportteja 30. [www.helsinki.fi/ruralia/asiantuntijapalvelut/regfin.htm](http://www.helsinki.fi/ruralia/asiantuntijapalvelut/regfin.htm)
- Saartenoja Antti, Törmä Hannu, Valkosalo Pauli ja Zawalinska Katarzyna (2007). Talvivaaran kaivoksen aluetaloudelliset vaikutukset Ylä-Savon seutukuntaan, sen kuntiin sekä Rautavaaran kuntaan. Helsingin yliopisto, Ruralia-instituutti, Raportteja 21. [www.helsinki.fi/ruralia/asiantuntijapalvelut/regfin.htm](http://www.helsinki.fi/ruralia/asiantuntijapalvelut/regfin.htm)

Törmä Hannu ja Zawalinska Katarzyna (2007a). Technical description of the CGE RegFin/RegPol models. University of Helsinki, Ruralia Institute. [www.helsinki.fi/ruralia/asiantuntijapalvelut/regfin.htm](http://www.helsinki.fi/ruralia/asiantuntijapalvelut/regfin.htm)

Törmä Hannu ja Zawalinska Katarzyna (2007b). Kevitsan kupari-nikkelikaivoshankkeen aluetaloudelliset vaikutukset, Helsingin yliopisto, Ruralia-instituutti, Raportteja 16. [www.helsinki.fi/ruralia/asiantuntijapalvelut/regfin.htm](http://www.helsinki.fi/ruralia/asiantuntijapalvelut/regfin.htm)

## RegFin-raportit

Törmä Hannu (2010). Mahdollisen kultakaivoksen vaikutukset Seinäjoen seutukuntaan – esitutkimus. Helsingin yliopisto, Ruralia-instituutti, RegFin-raportteja. [www.helsinki.fi/ruralia/asiantuntijapalvelut/regfin.htm](http://www.helsinki.fi/ruralia/asiantuntijapalvelut/regfin.htm)

Törmä Hannu (2010). Längän litium- ja Kälviän ilmeniittikaivoshankkeiden aluetaloudelliset vaikutukset Keski-Pohjanmaan maakuntaan, sen seutukuntiin, Kokkolan kaupunkiin sekä Kaustisen, Halsuan ja Toholammin kuntiin. Helsingin yliopisto, Ruralia-instituutti, RegFin-raportteja. [www.helsinki.fi/ruralia/asiantuntijapalvelut/regfin.htm](http://www.helsinki.fi/ruralia/asiantuntijapalvelut/regfin.htm)

## LIITE 2. SELVITYKSESSÄ TARKASTEL- TUIJEN TOIMIALOJEN SISÄLTÖ

### MAATALOUS

1. Kasvien viljely
  - Yksivuotisten kasvien viljely
    - Viljakasvien (pl. riisin), palkokasvien ja öljysiemenkasvien viljely
    - Riisin viljely
    - Vihannesten ja melonien, juuresten ja mukulakasvien viljely
    - Sokeriruo'on viljely
    - Tupakan viljely
    - Kuitukasvien viljely
    - Muu yksivuotisten ja koristekasvien viljely
  - Monivuotisten kasvien viljely
    - Rypäleiden viljely
    - Trooppisten ja subtrooppisten hedelmien viljely
    - Sitrushedelmien viljely
    - Omenoiden, kirsikoiden, luumujen ym. kota- ja kivihedelmien viljely
    - Marjojen, pähkinöiden ja muiden muissa ja pensaissa kasvavien hedelmien viljely
    - Öljyä sisältävien hedelmien viljely
    - Juomakasvien viljely
    - Mauste-, aromi-, rohdos- ja lääkekasvien viljely
    - Muu monivuotisten kasvien viljely
  - Taimien kasvatusta ja muu kasvien lisääminen
2. Kotieläintalous
  - Lypsykarjan kasvatusta
  - Muun nautakarjan ja puhvelin kasvatusta
  - Hevosten ja muiden hevoseläinten kasvatusta
  - Kamelien ja kamelieläinten kasvatusta
  - Lampaiden ja vuohien kasvatusta
  - Sikojen kasvatusta
  - Siipikarjan kasvatusta
  - Muiden eläinten kasvatusta
3. Yhdistetty kasvinviljely ja kotieläintalous (sekatilat)
  - Yhdistetty kasvinviljely ja kotieläintalous (sekatilat)
4. Maataloutta palveleva toiminta

### ELINTARVIKETEOLLISUUS

1. Teurastus, lihan säilyvyyskäsittely ja lihatuotteiden valmistus
  - Teurastus ja lihan säilyvyyskäsittely (pl. siipikarja)
  - Siipikarjan teurastus ja lihan säilyvyyskäsittely
  - Liha- ja siipikarjatuotteiden valmistus
2. Kalan, äyriäisten ja nilviäisten jalostus ja säilöntä
  - Kalan, äyriäisten ja nilviäisten jalostus ja säilöntä
3. Hedelmien ja kasvien jalostus ja säilöntä
  - Perunoiden jalostus ja säilöntä
  - Hedelmä-, marja- ja kasvismehujen valmistus
  - Muu hedelmien, marjojen ja vihannesten jalostus ja säilöntä

4. Kasvi- ja eläinöljyjen ja -rasvojen valmistus
  - Kasvi- ja eläinöljyjen ja -rasvojen valmistus (pl. ravintorasvat)
  - Margariinin ja sen kaltaisten ravintorasvojen valmistus
5. Maitotaloustuotteiden valmistus
  - Maitotaloustuotteiden ja juuston valmistus
  - Jäätelön valmistus
6. Mylly- ja tärkkelystuotteiden valmistus
  - Myllytuotteiden valmistus
  - Tärkkelyksen ja tärkkelystuotteiden valmistus
7. Leipomotuotteiden, makaronien yms. valmistus
  - Leivän valmistus; tuoreiden leivonnaisten ja kakkujen valmistus
  - Näkkileivän ja keksien valmistus; säilyvien leivonnaisten ja kakkujen valmistus
  - Makaronin, nuudelin, kuskusin ja vastaavien jauhotuotteiden valmistus
8. Muiden elintarvikkeiden valmistus
  - Sokerin valmistus
  - Kaakaon, suklaan ja makeisten valmistus
  - Teen ja kahvin valmistus
  - Mausteiden ja maustekastikkeiden valmistus
  - Einesten ja valmisruokien valmistus
  - Homogenoitujen ravintovalmisteiden ja dieettiruokien valmistus
  - Muualla luokittelematon elintarvikkeiden valmistus
9. Eläinten ruokien valmistus
  - Kotieläinten rehujen valmistus
  - Lemmikkieläinten ruokien valmistus
10. Juomien valmistus
  - Alkoholijuomien tislauk ja sekoittaminen; etyylialkoholin valmistus käymisteitse
  - Viinin valmistus rypäleistä
  - Siiderin, hedelmä- ja marjaviinien valmistus
  - Muiden tislamattomien juomien valmistus käymisteitse
  - Oluen valmistus
  - Maltaiden valmistus
  - Virvoitusjuomien valmistus; kivennäisvesien ja muiden pullotettujen vesien tuotanto

(Tilastokeskus; Toimialaluokitus 2008)



## LIITE 3. KYSELY YRITYKSILLE



HELSINGIN YLIOPISTO  
HELSINGFORS UNIVERSITET  
UNIVERSITY OF HELSINKI

### Hyvä vastaaja

Helsingin yliopiston Ruralia-instituutti toteuttaa Maa- ja metsätalousministeriön rahoittamaa kehittämishanketta, jonka tavoitteena on muun muassa selvittää lähiruoan taloudelliset vaikutukset sekä edistää lähiruoan käyttöä julkisissa ammattikeittiöissä. Tällä kyselyllä pyritään esimerkiksi selvittämään, missä määrin elintarvikkeita jalostavat yritykset käyttävät paikallisia ja kotimaisia alkutuo-  
tannon raaka-aineita. Kyselyn tuloksia käytetään myös maa- ja metsätalousministeriön rahoittaman EkoCentrian Lähiruokaa ammattikeittiöihin -hankkeen hankintaoppaiden työstämiseen.

Oheinen lyhyt kysely lähetetään kaikkien maakuntien kaiken kokoisille elintarvikealan yrityksille. Tutkimuksen tulokset raportoidaan vain maakunta- ja toimialatasoisina. Yrityskohtaisia tuloksia tai tietoja ei raportoida missään vaiheessa.

Vastauksenne on tärkeä osa tutkimusta ja ne vaikuttavat merkittävästi työmme onnistumiseen. Lähetämme kaikille kyselyyn vastanneille pdf-muotoisen loppuraportin. Toivomme, että löydätte aikaa kyselyyn vastaamiseen. Lisätietoja saa alla olevilta henkilöiltä.

Kunnioitavasti

Projektitutkija Susanna Määttä, Helsingin yliopisto Ruralia-instituutti  
susanna.maatta@helsinki.fi, 050 415 1158

Projektipäällikkö Leena Viitaharju, Helsingin yliopisto Ruralia-instituutti  
leena.viitaharju@helsinki.fi, 050 415 1164



## VASTAAJAN TAUSTATIEDOT

Yrityksenne sijainti (maakunta):

*monitoimipaikkaisten yritysten osalta toivomme vastausten koskevan vain yhtä maakuntaa kerrallaan*

- ☐ Ahvenanmaa
- ☐ Etelä-Karjala
- ☐ Etelä-Pohjanmaa
- ☐ Etelä-Savo
- ☐ Kainuu
- ☐ Kanta-Häme
- ☐ Keski-Pohjanmaa
- ☐ Keski-Suomi
- ☐ Kymenlaakso
- ☐ Lappi
- ☐ Pirkanmaa
- ☐ Pohjanmaa
- ☐ Pohjois-Karjala
- ☐ Pohjois-Pohjanmaa
- ☐ Pohjois-Savo
- ☐ Päijät-Häme
- ☐ Satakunta
- ☐ Uusimaa
- ☐ Varsinais-Suomi

Asemanne/työtehtävänne yrityksessä:

**Yrityksenne toimialat:**

- ☐ Teurastus, lihan käsittely ja lihatuotteiden valmistus
- ☐ Kalan ja äyriäisten jalostus
- ☐ Hedelmien, kasvien ja marjojen jalostus
- ☐ Kasvi- ja eläinöljyjen ja -rasvojen valmistus
- ☐ Maitotaloustuotteiden valmistus
- ☐ Mylly- ja tärkkelystuotteiden valmistus
- ☐ Leipomotuotteiden, makaronien yms. valmistus
- ☐ Muiden elintarvikkeiden valmistus
- ☐ Eläinten ruokien valmistus
- ☐ Juomien valmistus

Jos vastasit useamman kuin yhden toimialan, mikä toimialoista on yrityksenne päätoimiala:

- ☐ Teurastus, lihan käsittely ja lihatuotteiden valmistus
- ☐ Kalan ja äyriäisten jalostus
- ☐ Hedelmien, kasvien ja marjojen jalostus
- ☐ Kasvi- ja eläinöljyjen ja -rasvojen valmistus
- ☐ Maitotaloustuotteiden valmistus
- ☐ Mylly- ja tärkkelystuotteiden valmistus
- ☐ Leipomotuotteiden, makaronien yms. valmistus
- ☐ Muiden elintarvikkeiden valmistus
- ☐ Eläinten ruokien valmistus
- ☐ Juomien valmistus

Yrityksenne henkilöstön määrä:

- ☐ 1
- ☐ 2-5
- ☐ 6-10
- ☐ 11-20
- ☐ 21-30
- ☐ 31-50
- ☐ 51-100
- ☐ 101-300
- ☐ 301-500
- ☐ 501 tai enemmän

Yrityksenne liikevaihto:

- ☐ alle 100 000 euroa
- ☐ 100 001 – 500 000 euroa
- ☐ 500 001 – 1 000 000 euroa
- ☐ 1 000 001 – 3 000 000 euroa
- ☐ 3 000 001 – 5 000 000 euroa
- ☐ 5 000 001 – 10 000 000 euroa
- ☐ 10 000 001 – 50 000 000 euroa
- ☐ 50 000 001 – 100 000 000 euroa
- ☐ yli 100 000 000 euroa

TUTKIMUSKYSYMYKSET

1. Missä määrin (arvionne mukaan) yrityksenne käyttää omasta maakunnastanne, muualta Suomesta ja ulkomailta peräisin olevia alkutuotannon raaka-aineita (näillä tarkoitetaan maataloudesta, puutarhataloudesta, luonnontuotteista, kalataloudesta tai riistataloudesta saatavia raaka-aineita)?  
**Pyydämme vastaukset prosentteina raaka-ainekustannusten kokonaisarvosta.** Jos ette voi määritellä tarkkaa prosenttimäärää, pyydämme arviotanne 10 % -yksikön tarkkuudella. (Vastaus vain omien toimialojen osalta)

**Alkutuotannosta tulevien raaka-aineiden osuudet alueittain:**  
**Esimerkki: Oma maakunta 30 % + Muu Suomi 50 % + Ulkomaat 20 % = Yhteensä 100 %**

	Oma maakunta %	Muu Suomi %	Ulkomaat %
Teurastus, lihan käsittely ja lihatuotteiden valmistus			
Kalan ja äyriäisten jalostus			
Hedelmien, kasvien ja marjojen jalostus			
Kasvi- ja eläinöljyjen ja -rasvojen valmistus			
Maitotaloustuotteiden valmistus			
Mylly- ja tärkkelystuotteiden valmistus			
Leipomotuotteiden, makaronien yms. valmistus			
Muiden elintarvikkeiden valmistus			
Eläinten ruokien valmistus			
Juomien valmistus			

Tullaanko yrityksessänne käyttämään paikallisia (oman maakunnan) raaka-aineita tulevaisuudessa:

- ☐ nykyistä enemmän  
☐ saman verran kuin tällä hetkellä  
☐ nykyistä vähemmän

2. Perustelut ja lisätiedot kysymykseen 1.

3. Miten arvioitte yrityksenne myynnin kohdistuvan äskeisille alueille? Pyydämme vastaukset toimialojenne mukaan prosentteina myyntinne kokonaisarvosta. Jos ette voi määritellä tarkkaa prosenttimäärää, pyydämme arviotanne 10 % -yksikön tarkkuudella. (Vastaus vain omien toimialojen osalta)

**Myyntin kohdistuminen eri alueille:**

**Esimerkki: Oma maakunta 30 % + Muu Suomi 50 % + Ulkomaat 20 % = Yhteensä 100 %**

	Oma maakunta %	Muu Suomi %	Ulkomaat %
Teurastus, lihan käsittely ja lihatuotteiden valmistus			
Kalan ja äyriäisten jalostus			
Hedelmien, kasvien ja marjojen jalostus			
Kasvi- ja eläinöljyjen ja -rasvojen valmistus			
Maitotaloustuotteiden valmistus			
Mylly- ja tärkkelystuotteiden valmistus			
Leipomotuotteiden, makaronien yms. valmistus			
Muiden elintarvikkeiden valmistus			
Eläinten ruokien valmistus			
Juomien valmistus			

**Miten kokonaismyyntinne jakautuu:**

**(Esim. myynti vähittäiskaupalle 30 % + myynti ruokapalveluita tuottaville yrityksille ja yhteisöille 20 % + tukkumyynti 50 % = yht. 100 %)**

Suoramyynti kuluttajille (sis.myyntin myös toreilla ja messuilla) %	Myynti vähittäiskaupalle (sis. myyntin erikoiskaupoille) %	Myynti ruokapalveluita tuottaville yrityksille ja yhteisöille %	Tukkumyynti %

**Miten myyntinne ruokapalveluita tuottaville yrityksille ja yhteisöille jakautuu:**

**(Esim. julkinen sektori 20 % + yksityinen sektori 80 % = yht. 100 %)**

Julkinen sektori %	Yksityinen sektori %

4. Perustelut ja lisätiedot kysymykseen 3.

5. Mikä on näkemyksenne yrityksenne tulevasta kehityksestä vuoteen 2020 mennessä? Pyydämme vastaukset yrityksenne liikevaihdon mukaan mieluiten muutosprosentteina verrattuna vuoteen 2012. Jos ette voi määritellä tarkkaa prosenttimäärää, pyydämme arviotanne 10 % -yksikön tarkkuudella.

Miten yrityksenne liikevaihto muuttuu vuosina 2012-2020?

- ☐ kasvaa
- ☐ pysyy ennallaan
- ☐ pienenee

Mikäli liikevaihtonne muuttuu, niin arvioikaa muutoksen suuruus prosentteina

- ☐ 1-10
- ☐ 11-20
- ☐ 21-30
- ☐ 31-40
- ☐ 41-50
- ☐ 51-60
- ☐ 61-70
- ☐ 71-80
- ☐ 81-90
- ☐ 91-100
- ☐ muu, mikä?

6. Perustelut ja lisätiedot kysymykseen 5.

7. Mitkä ovat arvionne mukaan merkittävimmät muutostrendit, jotka vaikuttavat yritykseenne tulevaisuudessa vuoteen 2020 mennessä?

8. Miten arvioitte luomun ja lähiluomun näyttäytyvän yrityksessänne tulevaisuudessa vuoteen 2020 mennessä?

(Luomu eli luonnonmukainen tuotantotapa on kestävä kehityksen periaatteiden mukaista elintarviketuotantoa, Lähiluomu on paikallista omassa maakunnassa luonnonmukaisesti tuotettua)

%

Mikä on luomun osuus tällä hetkellä yrityksessänne?	
Mikä on arvionne mukaan luomun osuus yrityksessänne vuonna 2020?	
Mikä on lähiluomun osuus tällä hetkellä yrityksessänne?	
Mikä on arvionne mukaan lähiluomun osuus yrityksessänne vuonna 2020?	

9. Miten tärkeänä koette yhteiskuntavastuun yrityksenne liiketoiminnassa?

- |                            |                       |                       |                       |                       |                        |
|----------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|------------------------|
|                            | erittäin<br>tärkeä    | melko<br>tärkeä       | tärkeä                | vain vähän<br>tärkeä  | ei ollenkaan<br>tärkeä |
| a. vastuunne ympäristöstä? | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  |

Miten tämä näkyy toiminnassanne?

- |                                   |                       |                       |                       |                       |                        |
|-----------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|------------------------|
|                                   | erittäin<br>tärkeä    | melko<br>tärkeä       | tärkeä                | vain vähän<br>tärkeä  | ei ollenkaan<br>tärkeä |
| b. vastuunne paikallisyhteisöstä? | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  |

Miten tämä näkyy toiminnassanne?

10. Oletteko joskus vastanneet julkisen sektorin tarjouspyyntöön?

- ☐ kyllä      Tekikö yrityksenne tarjouksen: ☐ yksin   ☐ yhdessä toisen/muiden yritysten kanssa
- ☐ ei      Miksi ette? \_\_\_\_\_

11. Tähän voitte kirjoittaa vapaasti muita kommentteja ja mielipiteitä.

Kiitos kyselyyn vastaamisesta! Vastauksenne ovat erittäin tärkeitä tutkimuksen onnistumisen kannalta.

Sähköpostiosoitteenne, jos haluatte pdf-muotoisen loppuraportin (sähköpostitietoja ei käytetä muuhun tarkoitukseen):

## LIITE 4. KYSELY HANKINTARENKAILLE JA -YKSIKÖILLE



HELSINGIN YLIOPISTO  
HELSINGFORS UNIVERSITET  
UNIVERSITY OF HELSINKI

### Hyvä vastaaja

Helsingin yliopiston Ruralia-instituutti ja EkoCentria selvittävät tällä kyselyllä missä määrin julkisektori käyttää paikallisia ja kotimaisia elintarvikkeita. Ruralia-instituutin tavoitteena on myös lähiruoan taloudellisten vaikutusten selvittäminen. EkoCentria hyödyntää tuloksia Lähiruoan hankinta -tiedotuspaketeissa, jotka suunnataan ruokapalveluiden hankinnoista vastaaville ja hankinta-asiantuntijoille.

Oheinen lyhyt kysely lähetetään kaikille Suomen yhteishankintayksiköille, hankintarenkaille ja kuntien elintarvikehankinnoista vastaaville. Kaikkia antamianne tietoja käsitellään luottamuksellisina. Yksikkökohtaisia tuloksia tai tietoja ei raportoida missään vaiheessa.

Vastauksenne on tärkeä osa tutkimusta ja se vaikuttaa merkittävästi työmme onnistumiseen. Lähetämme kaikille kyselyyn vastanneille pdf-muotoisen loppuraportin. Toivomme, että löydätte aikaa kyselyyn vastaamiseen. Hanketta rahoittaa maa- ja metsätalousministeriö/Lähiruokaohjelma. Lisätietoja saa alla olevilta henkilöiltä.

Kunnioittavasti

Projektitutkija Susanna Määttä, Helsingin yliopisto Ruralia-instituutti  
susanna.maatta@helsinki.fi, 050 415 1158

Projektipäällikkö Sari Väänänen, EkoCentria  
sari.vaananen@sakky.fi, 044 785 4025





## VASTAAJAN TAUSTATIEDOT

### Hankintayksikkönne sijainti:

- ☐ Ahvenanmaa
- ☐ Etelä-Karjala
- ☐ Etelä-Pohjanmaa
- ☐ Etelä-Savo
- ☐ Kainuu
- ☐ Kanta-Häme
- ☐ Keski-Pohjanmaa
- ☐ Keski-Suomi
- ☐ Kymenlaakso
- ☐ Lappi
- ☐ Pirkanmaa
- ☐ Pohjanmaa
- ☐ Pohjois-Karjala
- ☐ Pohjois-Pohjanmaa
- ☐ Pohjois-Savo
- ☐ Päijät-Häme
- ☐ Satakunta
- ☐ Uusimaa
- ☐ Varsinais-Suomi
- ☐ Muu

mikä?

Mitkä kunnat/organisaatiot/yksiköt kuuluvat hankintarenkaanne/hankintayksikkönne piiriin:

Hankintayksikkönne KOKONAISHANKINTOJEN arvo (€) vuodessa (keskimäärin):

Hankintayksikkönne ELINTARVIKEHANKINTOJEN arvo (€) vuodessa (keskimäärin):

**ELINTARVIKEHANKINTOJENNE jakautuminen alatoimialoittain  
(prosenttia kaikista elintarvikehankinnoista, alatoimialat yhteensä 100 %):**

%

Liha ja lihatuotteet	
Kala, äyriäiset ja nilviäiset	
Hedelmät, kasvikset ja marjat	
Kasvi- ja eläinöljyt ja -rasvat	
Maitotaloustuotteet	
Mylly- ja tärkkelystuotteet	
Leipomotuotteet, makaronit yms.	
Muut elintarvikkeet (einekset, mausteet yms.)	
Alkoholipitoiset juomat sekä virvoitusjuomat	

TUTKIMUSKYSYMYKSET

1. Missä määrin (arvionne mukaan) hankintayksikkönne ostaa elintarvikkeita omasta maakunnasta, muualta Suomesta ja ulkomailta? Pyydämme vastaukset elintarvikkeista yhteensä sekä elintarvikeluokittain euroina TAI prosentteina hankintojenne kokonaisarvosta.

Valitse mieleisempi vastausmuoto: PAKOLLINEN VALINTA, jatkokysymys riippuu vastauksesta!

- \* ☐ euroina  
☐ prosentteina

Jatkokysymys, jos vastuksesi oli euroina

Elintarvikkeiden ostot alueittain:	Oma maakunta €	Muu Suomi €	Ulkomaat €	Yhteensä €
Elintarvikkeet yhteensä				
Liha ja lihatuotteet				
Kala ja kalatuotteet				
Hedelmät, kasvikset ja marja				
• hedelmät				
• vihannekset				
• peruna				
• porkkana				
• sipuli				
• marjat				
• mehut				
Kasvi- ja eläinöljyt ja -rasvat				
Maitotaloustuotteet				
Mylly- ja tärkkelystuotteet				
• riisi				
• ohra				
Leipomotuotteet, makaronit yms.				
• pasta				
Muut elintarvikkeet (einekset, mausteet yms.)				
Alkoholipitoiset juomat sekä virvoitusjuomat				

Jatkokysymys, jos vastuksesi oli prosentteina

Esimerkki: Oma maakunta 30 % + Muu Suomi 50 % + Ulkomaat 20 % = Yhteensä 100 %

Elintarvikkeiden ostot alueittain:	Oma maakunta %	Muu Suomi %	Ulkomaat %	Yhteensä %
Elintarvikkeet yhteensä				
Liha ja lihatuotteet				
Kala ja kalatuotteet				
Hedelmät, kasvikset ja marja				
• hedelmät				
• vihannekset				
• peruna				
• porkkana				
• sipuli				
• marjat				
• mehut				
Kasvi- ja eläinöljyt ja -rasvat				
Maitotaloustuotteet				
Mylly- ja tärkkelystuotteet				
• riisi				
• ohra				
Leipomotuotteet, makaronit yms.				
• pasta				
Muut elintarvikkeet (einekset, mausteet yms.)				
Alkoholipitoiset juomat sekä virvoitusjuomat				

Merkittävimmät tuotteet/tuoteryhmät, joita ostetaan omasta maakunnasta:

**2. Mahdolliset lisätiedot ja kommentit kysymykseen 1.**

**3. Kuinka suuri osa hankintayksikkönne ostamista elintarvikkeista tulee olemaan arvionne mukaan omasta maakunnasta, muualta Suomesta ja ulkomailta vuonna 2020?**  
**Pyydämme vastaukset elintarvikkeista yhteensä prosentteina hankintojenne kokonaisarvosta. Elintarvikkeiden ostot alueittain:**  
***Esimerkki: Oma maakunta 30 % + Muu Suomi 50 % + Ulkomaat 20 % = Yhteensä 100 %***

	Oma maakunta %	Muu Suomi %	Ulkomaat %
Elintarvikkeet yhteensä			

**4. Mahdolliset lisätiedot ja kommentit kysymykseen 3.**

**5. Mitkä ovat arvionne mukaan merkittävimmät muutostrendit, jotka vaikuttavat hankintayksikkönne elintarvikehankintoihin tulevaisuudessa vuoteen 2020 mennessä?**

**6. Lähiruoan hankintaprosessi edellyttää tiivistä kolmikantayhteistyötä yhteishankintayksikön, ruokapalveluiden ja elintarvikeyritysten välillä. Mitä yhteistyön muotoja teillä on käytössänne kilpailutuksien osalta?**

- ☐ suunnittelukokoukset ruokapalveluvastaavien kanssa  
☐ suunnittelukokoukset alueen elintarvikeyritysten edustajien / tuottajien kanssa  
☐ yhteiset suunnittelukokoukset ruokapalveluvastaavien ja elintarvikeyritysten / tuottajien kanssa  
☐ suunnittelukokoukset tukkuliikkeiden kanssa  
☐ muu,  
mikä?

**7. Millä keinoin lähiruoan (paikallisen omassa maakunnassa tuotetun) käyttöä julkiskeittiö-sektorilla voitaisiin parhaiten edistää?**

%

**8a. Kuinka suuri osa hankintayksikkönne ostamista elintarvikkeista on arvionne mukaan luomua?***(Luomu eli luonnonmukainen tuotantotapa on kestävän kehityksen periaatteiden mukaista elintarviketuotantoa)*

**b. Kuinka suuri osa hankintayksikkönne ostamista elintarvikkeista on arvionne mukaan lähi-luomua** (paikallista omassa maakunnassa luonnonmukaisesti tuotettua)?

**9a. Kuinka suuri osa hankintayksikkönne ostamista elintarvikkeista tulee olemaan arvionne mukaan luomua vuonna 2020?**

**b. Kuinka suuri osa hankintayksikkönne ostamista elintarvikkeista tulee arvionne mukaan olemaan lähiluomua** (paikallista omassa maakunnassa luonnonmukaisesti tuotettua) vuonna 2020?

**10. Tähän voitte kirjoittaa vapaasti lisätietoja, kommentteja ja mielipiteitä lähiruokateemasta tai elintarvikkeiden hankinnasta julkiskeittiösektorilla yleensä.**

Sähköpostiosoitteenne, jos haluatte pdf-muotoisen loppuraportin (sähköpostitietoja ei käytetä muuhun tarkoitukseen):

Sähköpostiosoitteenne, jos haluatte jatkossa tietoja järjestämistämme lähiruoan hankintaan liittyvistä tilaisuuksista ja tiedotuspaketeista:

**TIETOJEN LÄHETYS**



